



**XILITLA**  
PUEBLO MÁGICO



# Perfil del Visitante Pueblo Mágico Xilitla Invierno 2017



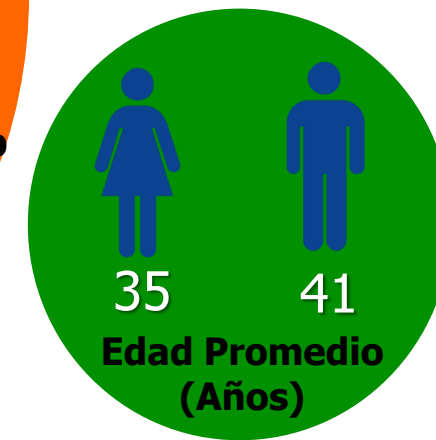
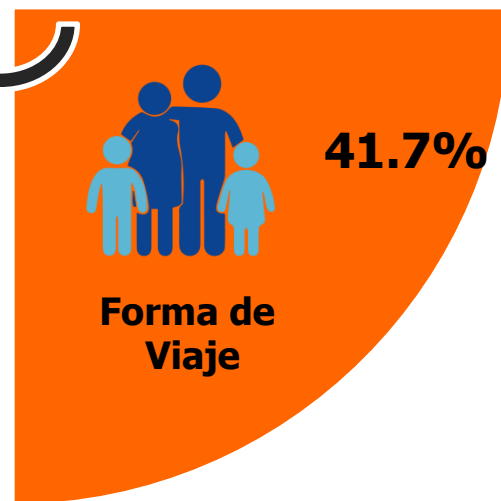
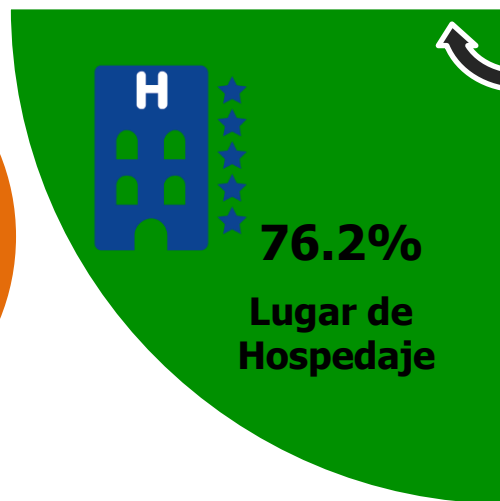
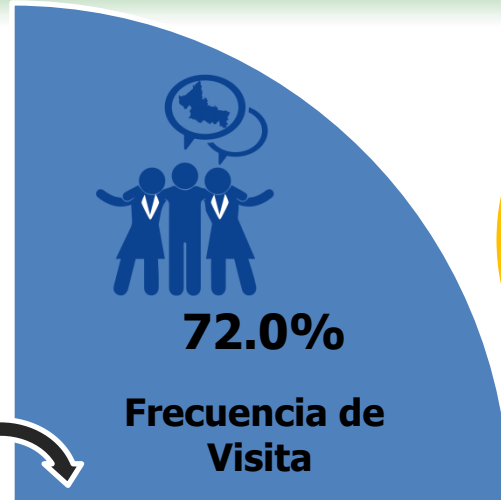
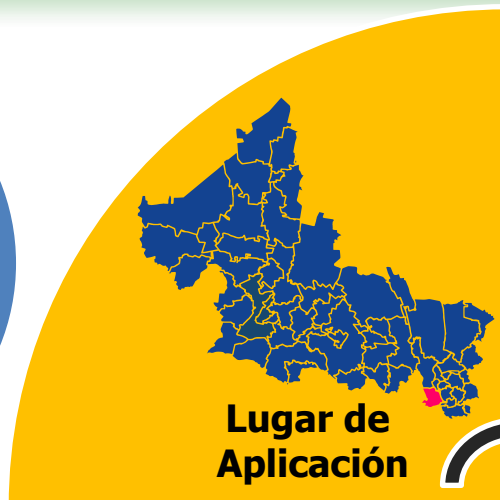
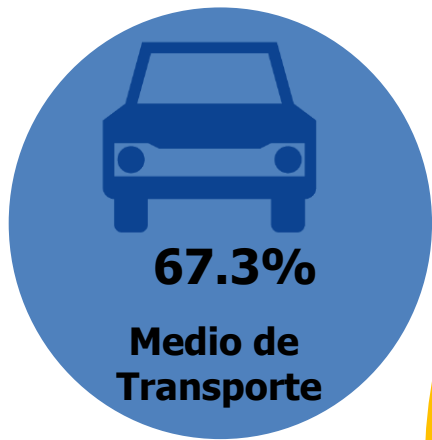
# Metodología Perfil del Visitante

Con el objeto de determinar el Perfil del Visitante y conocer la experiencia durante se estancia en este pueblo mágico, se llevó a cabo un levantamiento de 168 encuestas.

Las entrevistas se levantaron en el mes de diciembre del 2017 en los principales sitios turísticos del municipio y fueron contestadas directamente por los visitantes.

Los resultados obtenidos para cada uno de los conceptos se presentan a continuación:

# Resumen

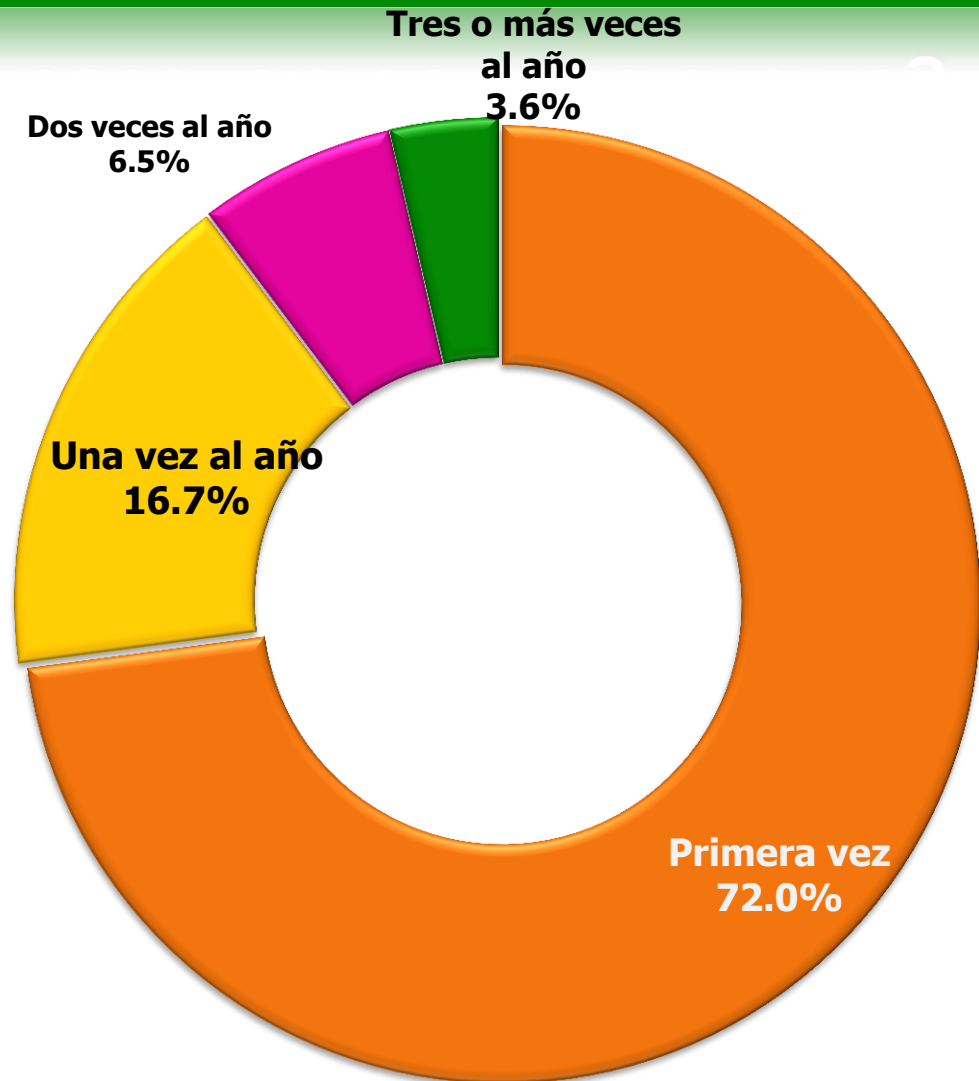




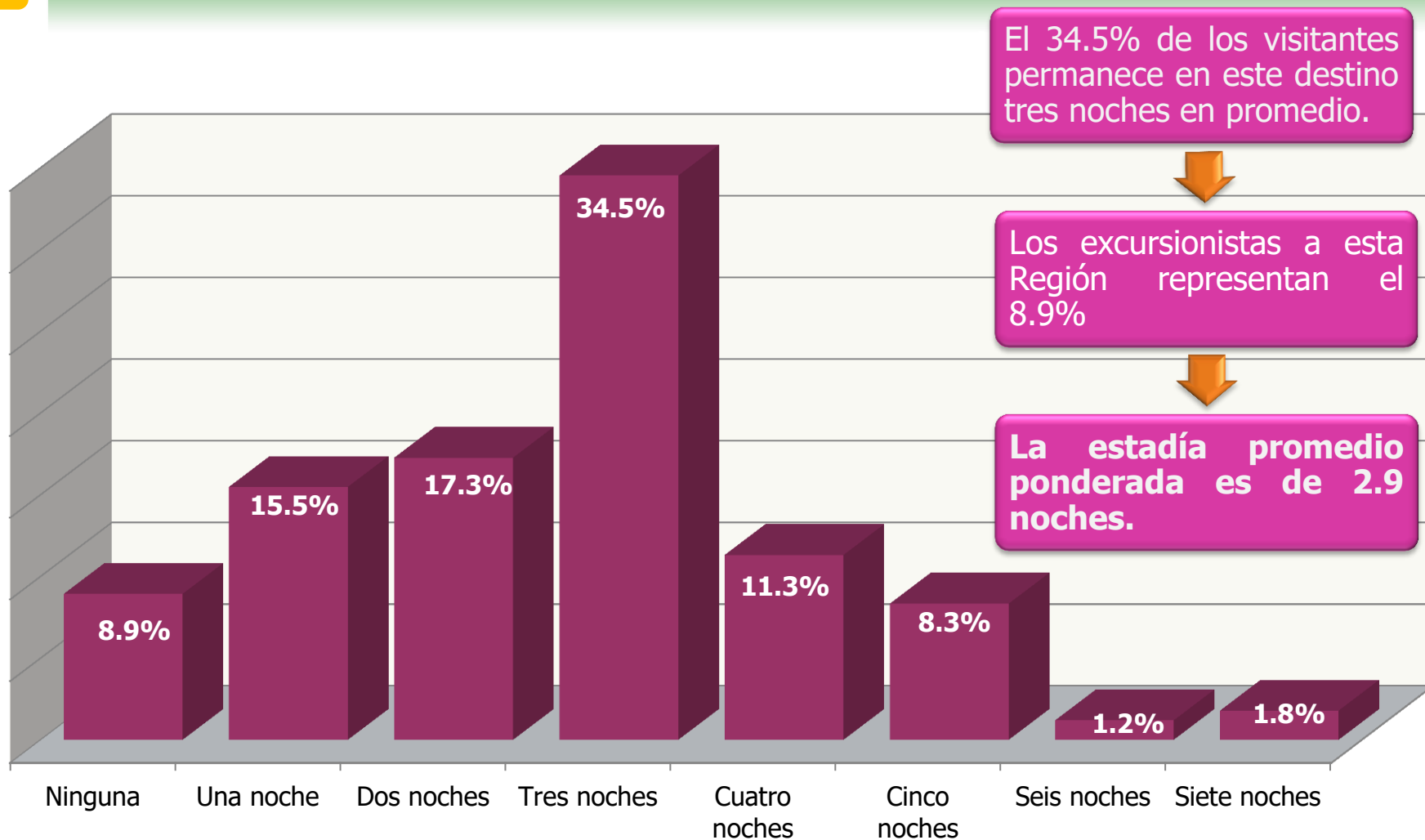
# Frecuencia de Visita a la Región

El 72.0% visita esta región por primera ocasión.

El turismo repetitivo representa el 28%

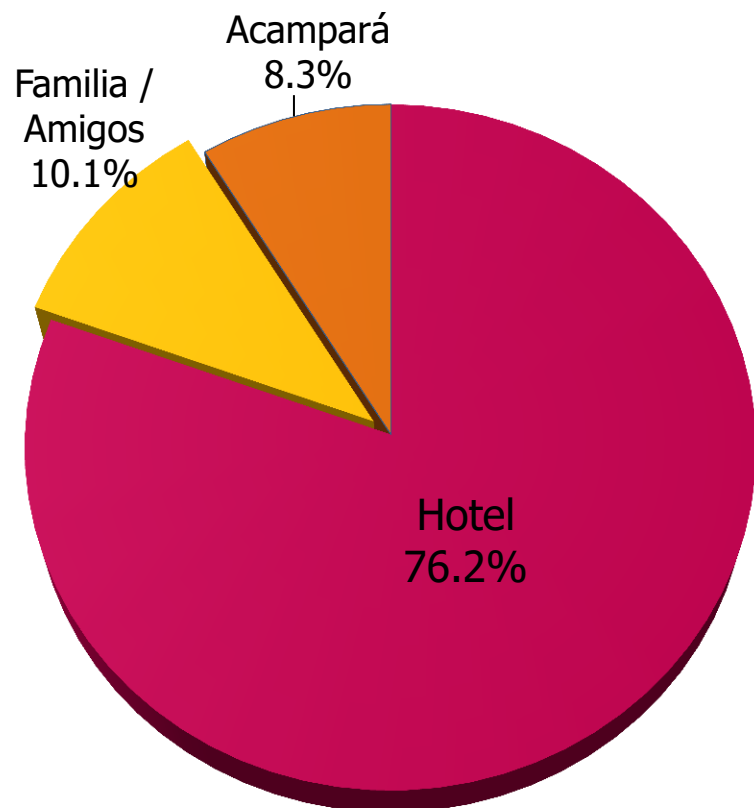


# Noches de Estadía



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Lugar de Hospedaje del Visitante

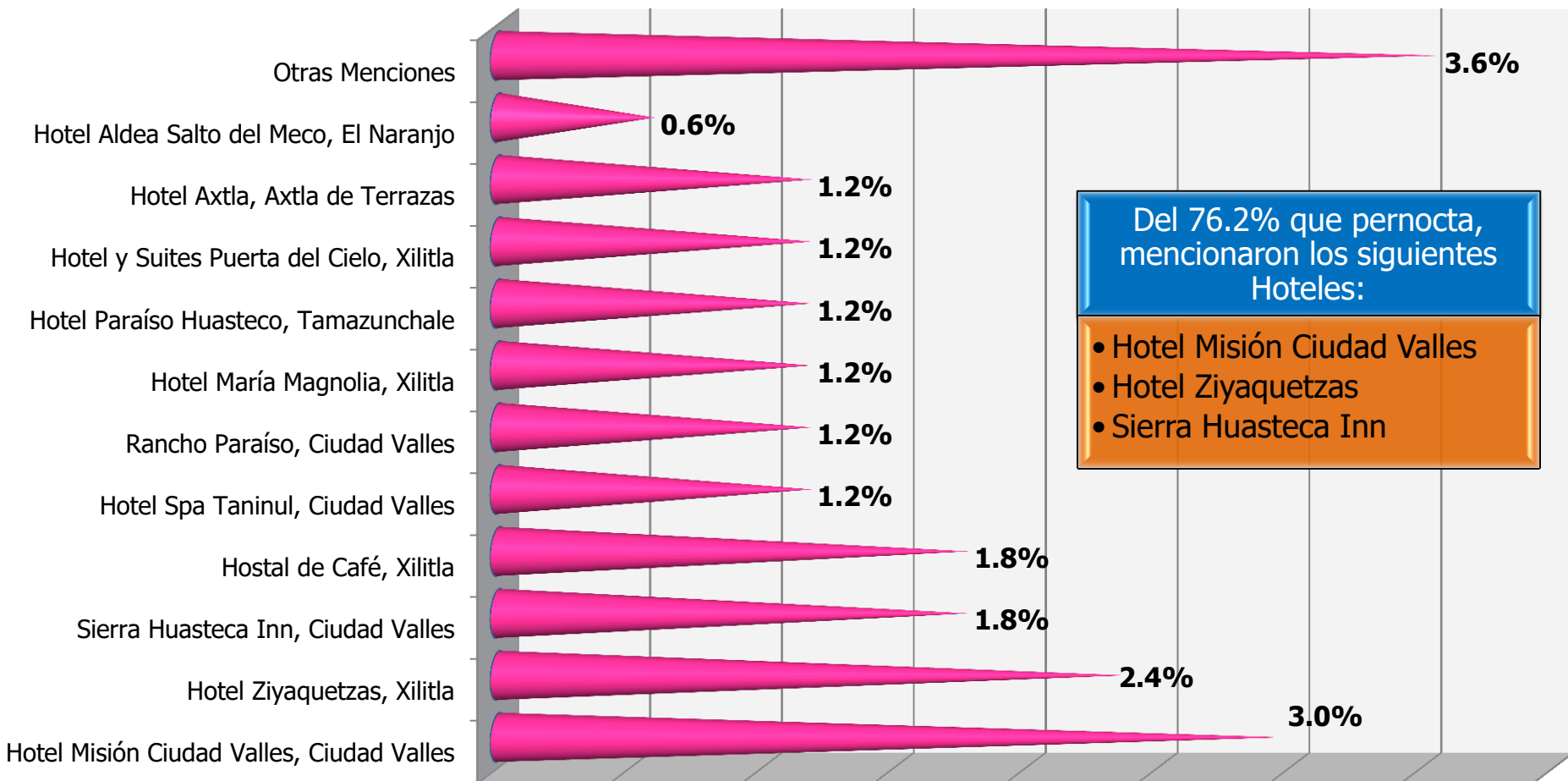


Más de tres cuartas partes de los visitantes pernoctan en hoteles (76.2%)

El 10.1% prefiere pernoctar en casa de familiares y amigos.

**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

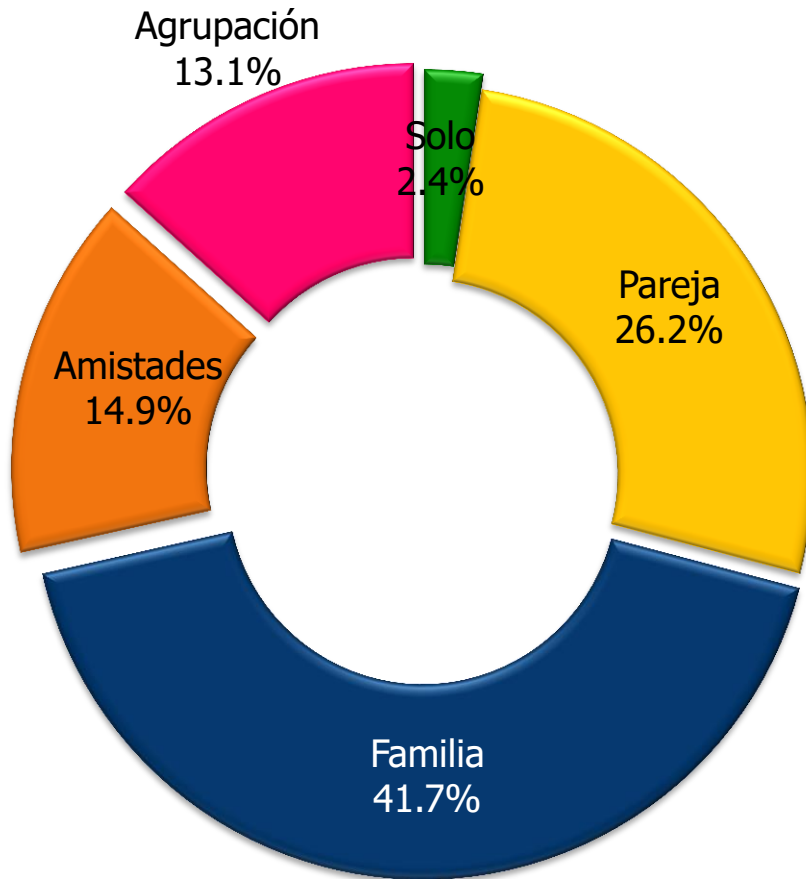
# Principales Hoteles de Pernocta del visitante



**Nota:** La diferencia para el 100% que se hospedaron en hotel corresponde al No Contesto.



# Forma de Viajar del Visitante



El 41.7% realiza este viaje con su familia.

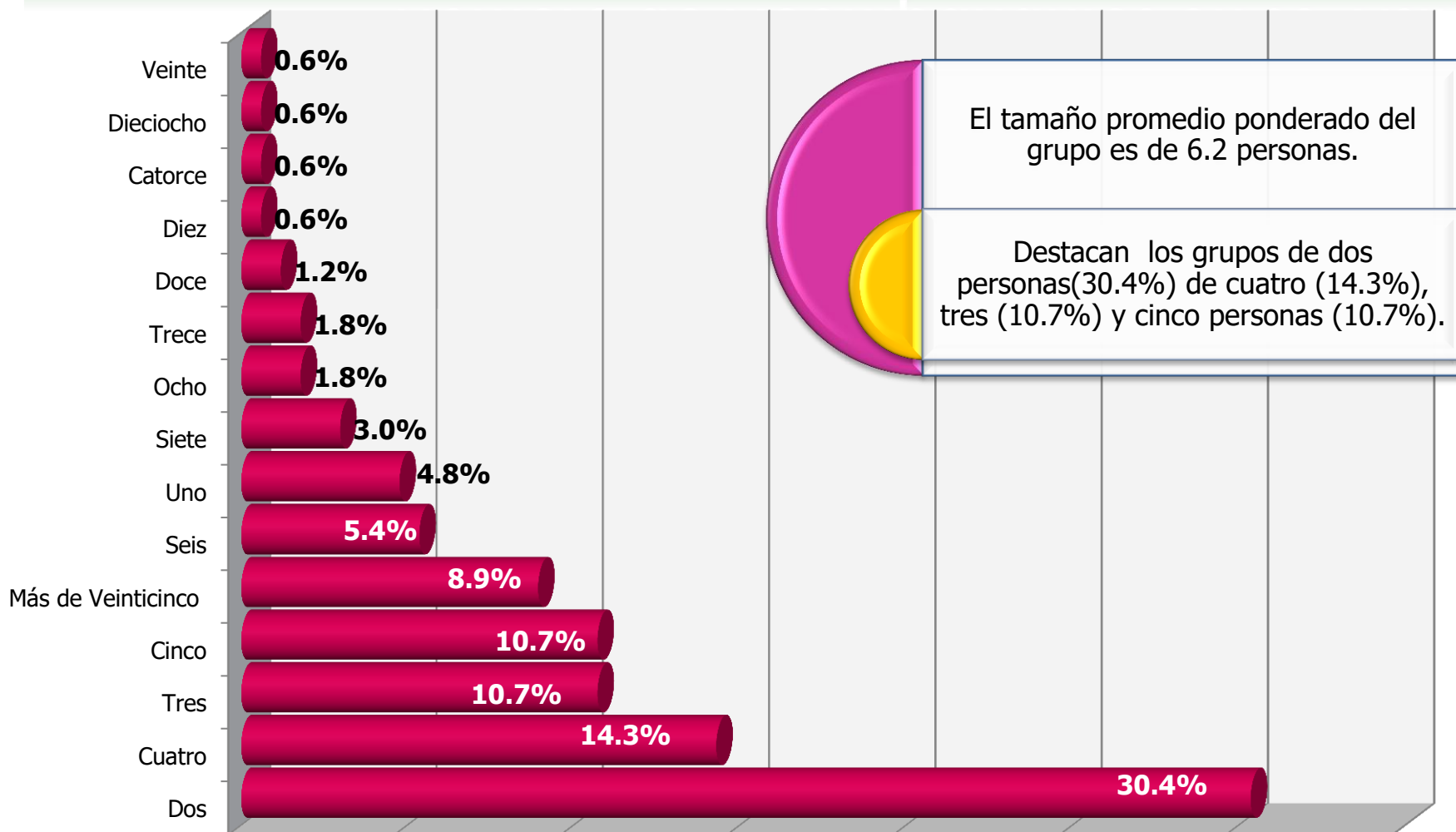
El 26.2% viaja con su pareja.

14.9% viaja con amistades y el 13.1% viaja con agrupación.

**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

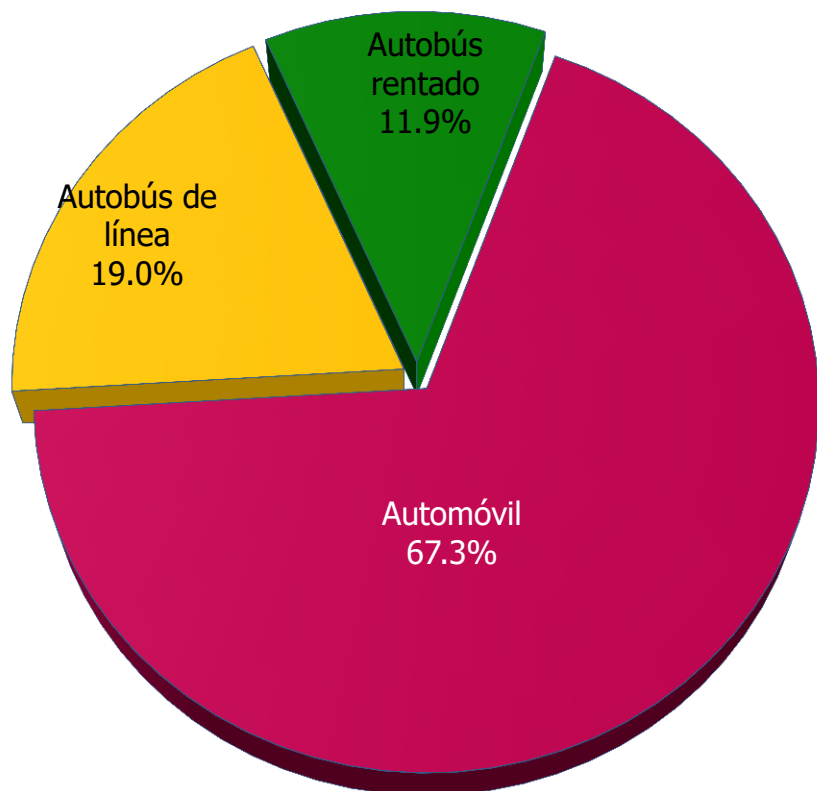
Perfil del Visitante Pueblo Mágico de Xilitla – Invierno 2017

# Número de Acompañantes en su Visita



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Medio de Transporte Utilizado por el Visitante



El 67.3% se desplaza a este destino en Automóvil



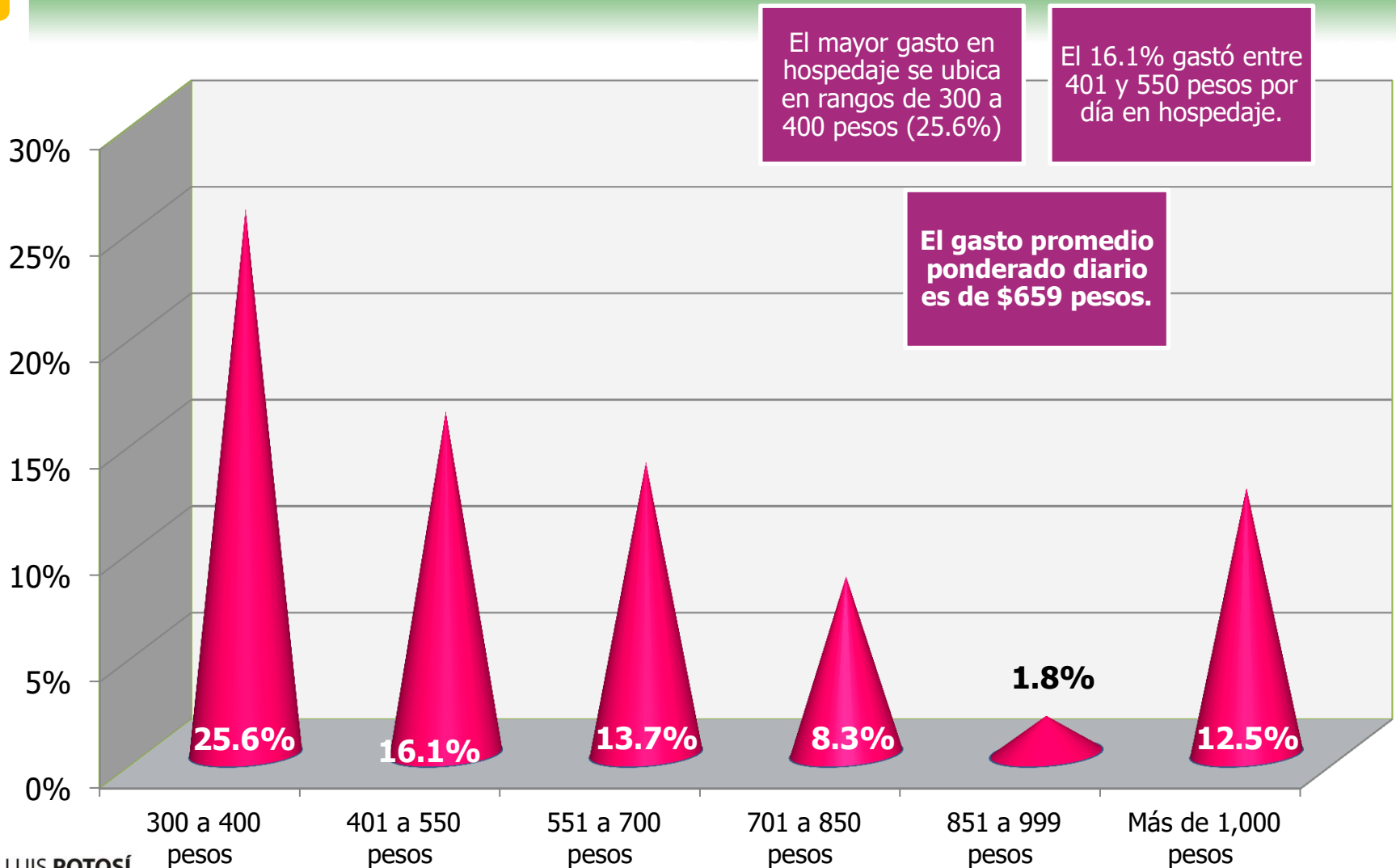
El resto (11.9%) en autobús rentado



El 19.0% en autobús de línea

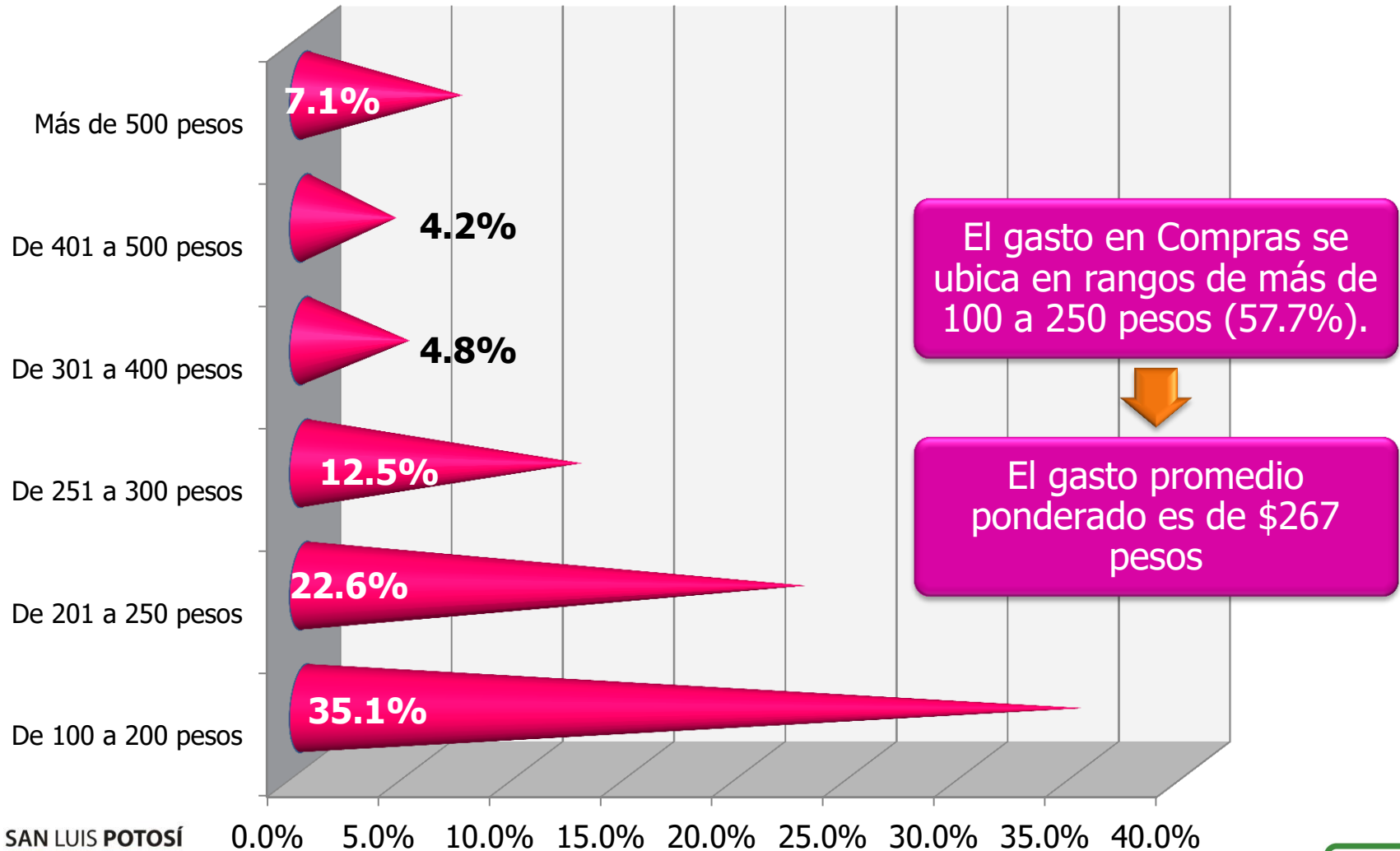
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio - Hospedaje



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio - Compras



SAN LUIS POTOSÍ



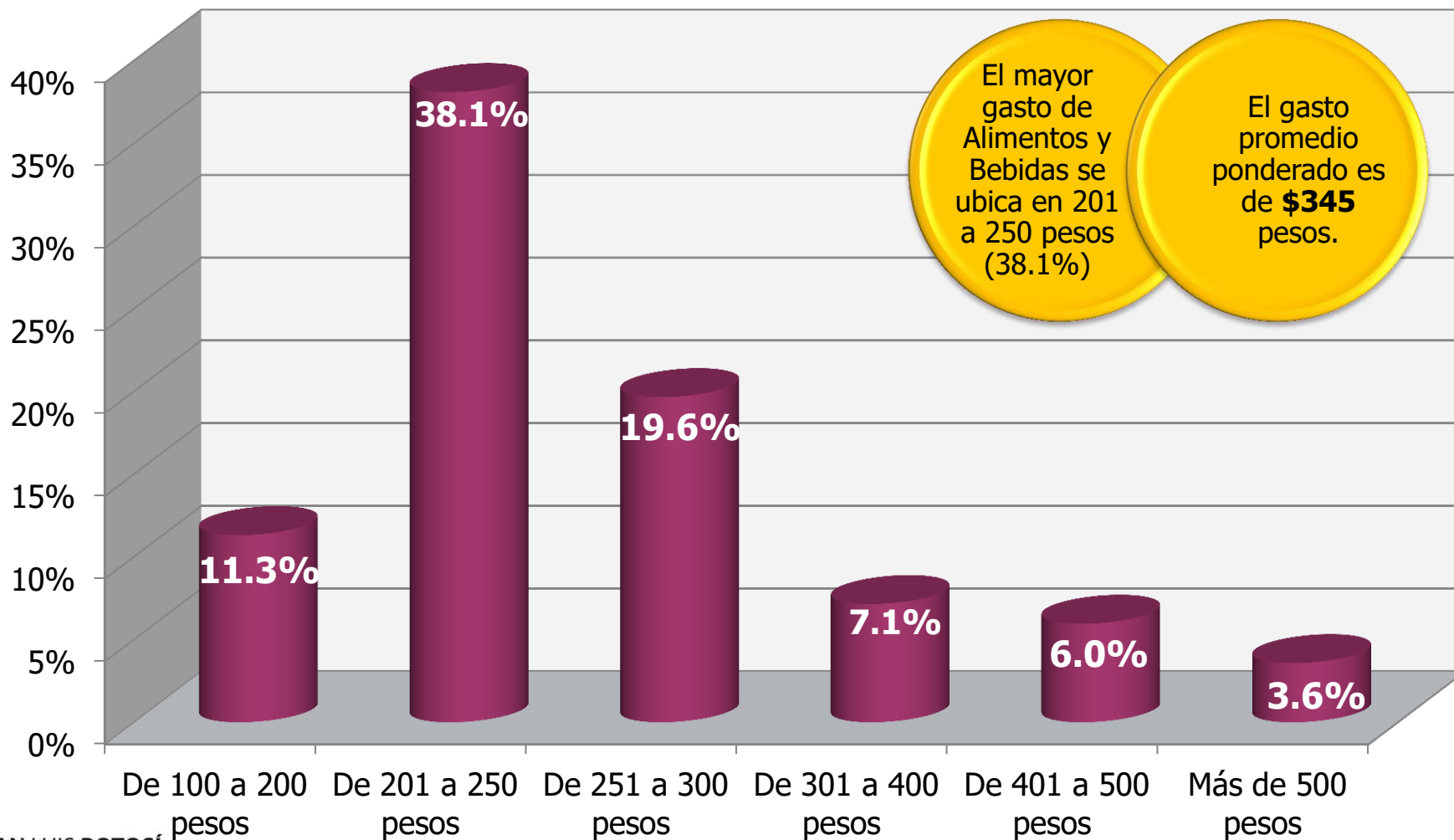
Tu destino...

Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Perfil del Visitante Pueblo Mágico de Xilitla – Invierno 2017

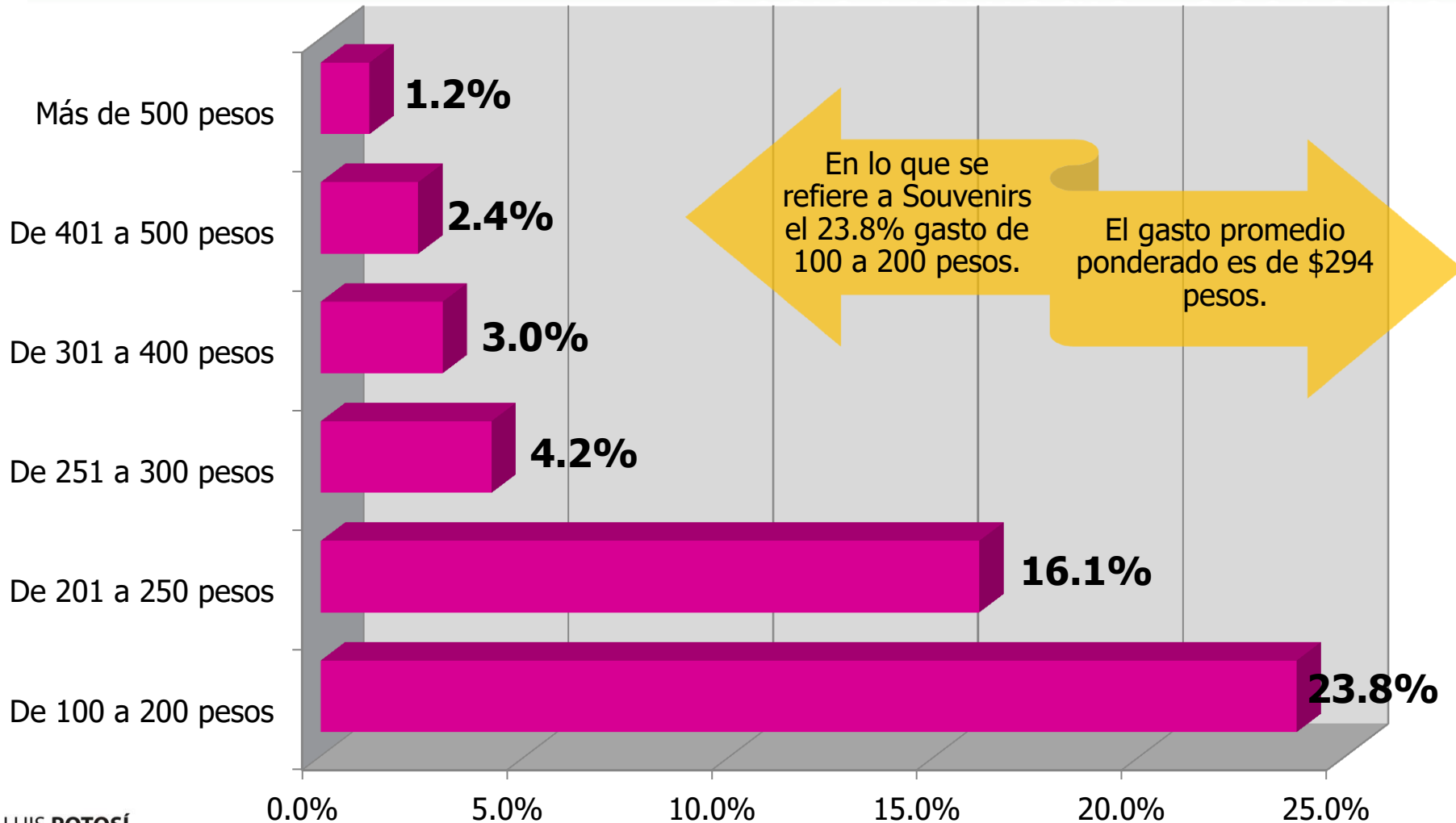


# Gasto Promedio – Alimentos y Bebidas

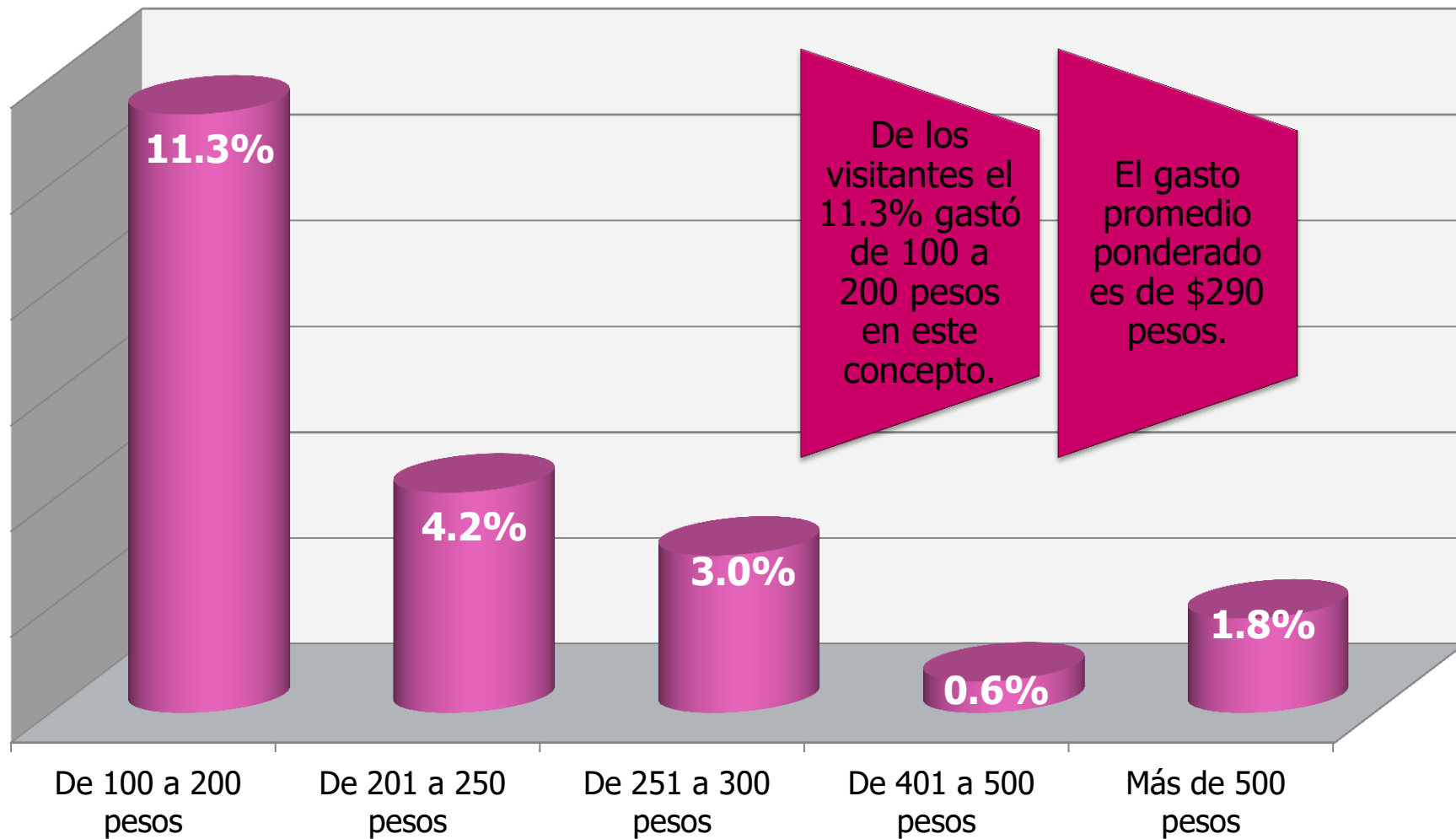


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Promedio - Souvenirs



# Gasto Promedio – Transportación Local



De 100 a 200 pesos

De 201 a 250 pesos

De 251 a 300 pesos

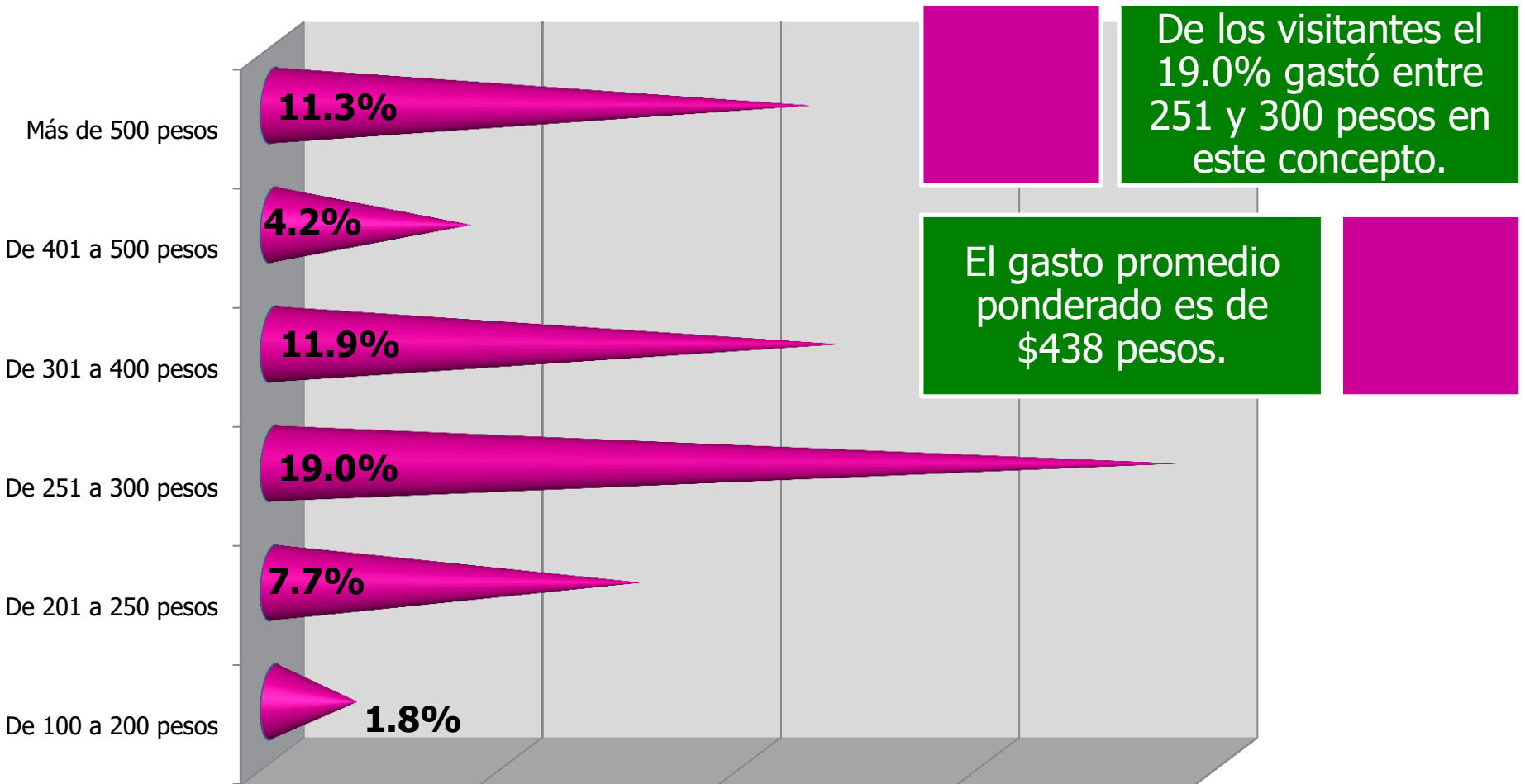
De 401 a 500 pesos

Más de 500 pesos

**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

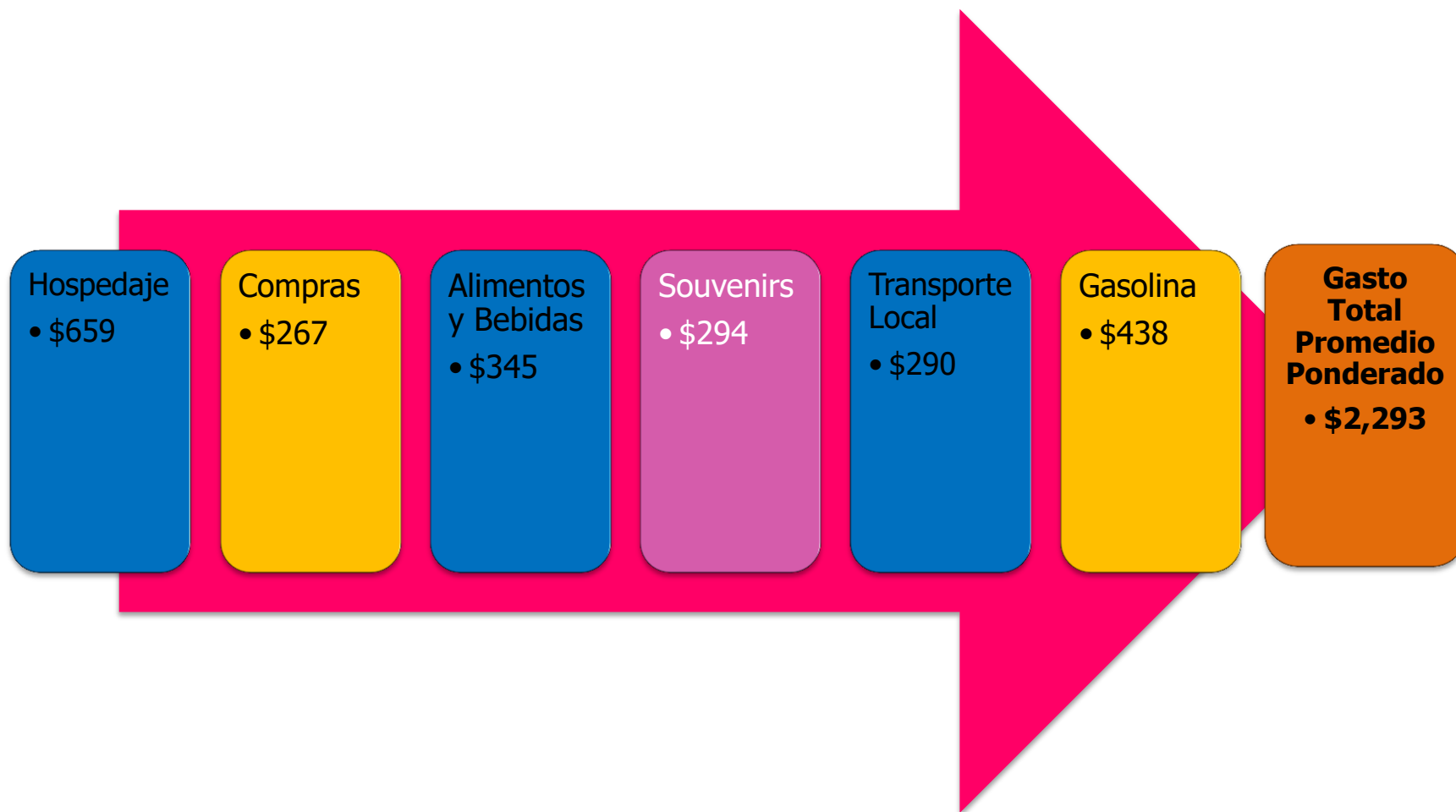


# Gasto Promedio – Gasolina

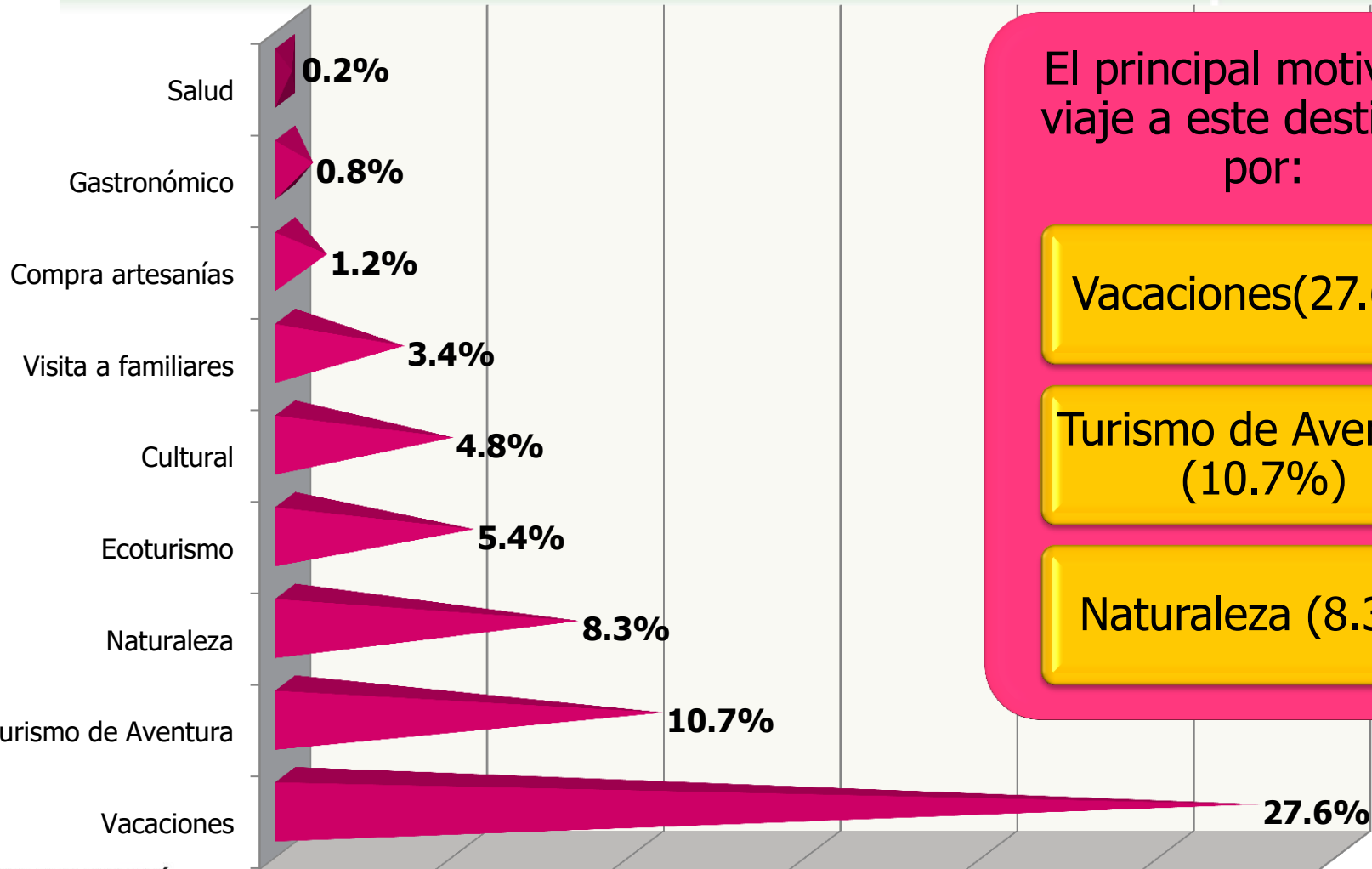


**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Gasto Total Promedio Ponderado



# Razón Principal de Viaje



El principal motivo del viaje a este destino es por:

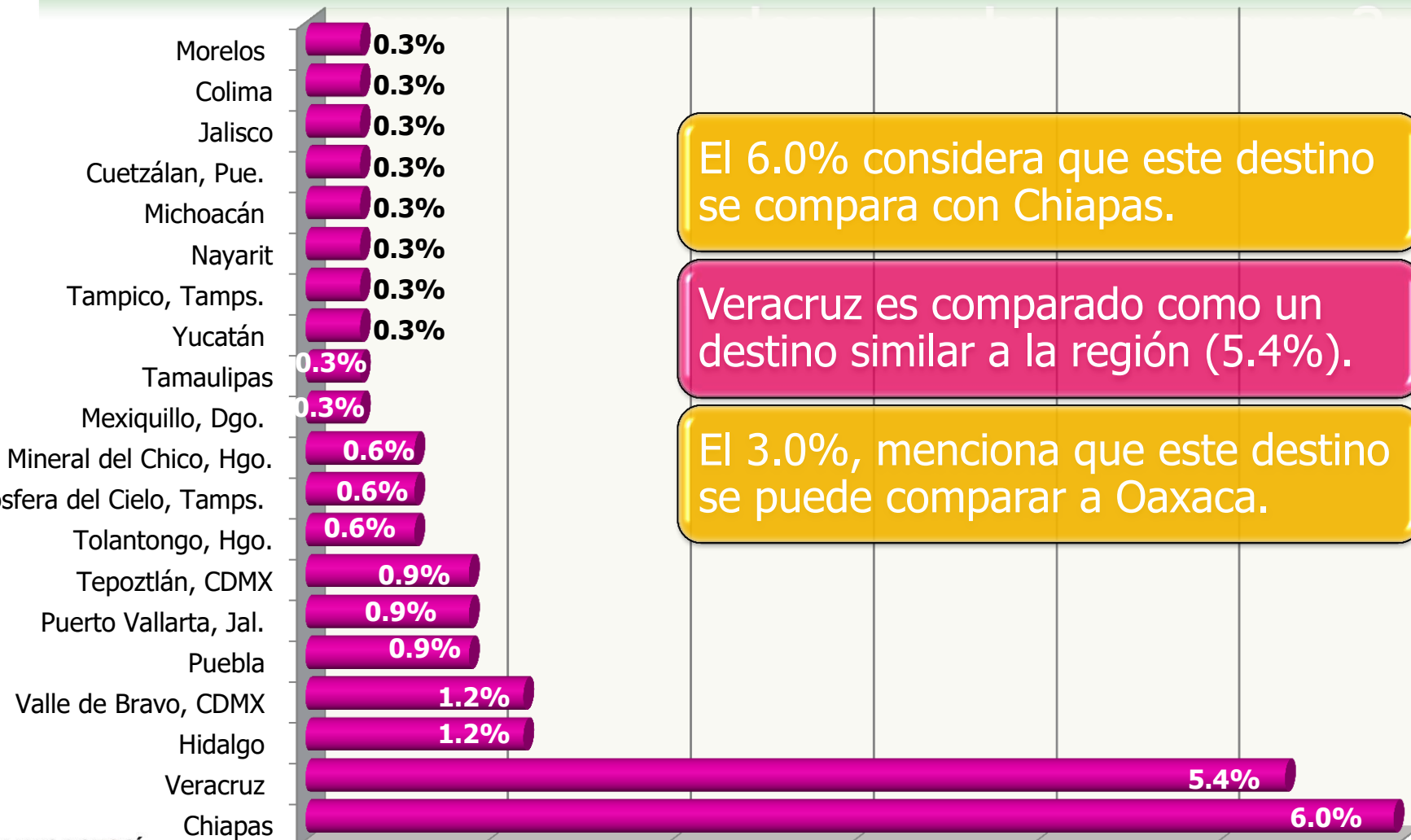
Vacaciones(27.6%)

Turismo de Aventura (10.7%)

Naturaleza (8.3%)

**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Sitios con los que Comparan a la Región



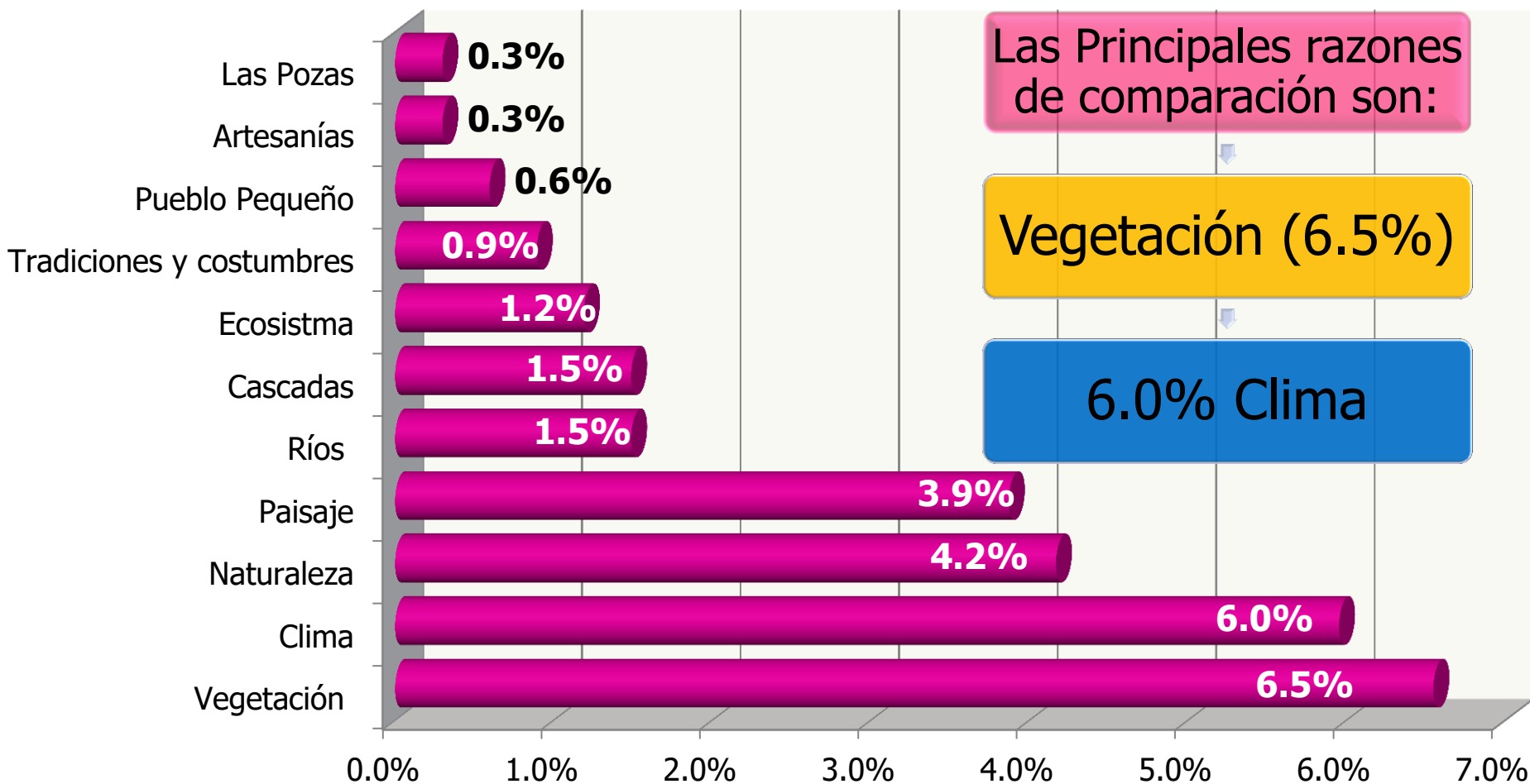
El 6.0% considera que este destino se compara con Chiapas.

Veracruz es comparado como un destino similar a la región (5.4%).

El 3.0%, menciona que este destino se puede comparar a Oaxaca.

**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Razones de Comparación con Otro Destino



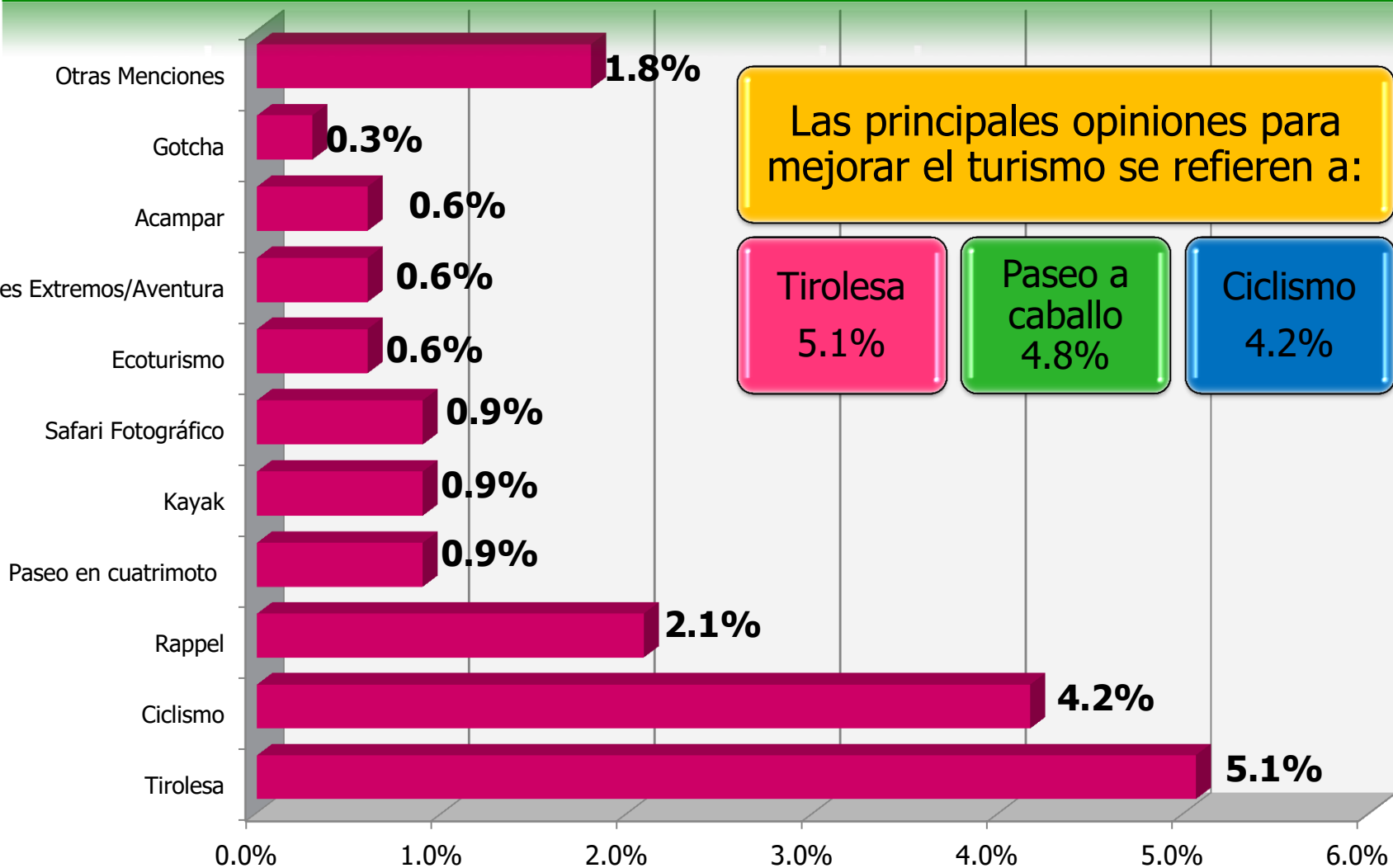
Las Principales razones de comparación son:

Vegetación (6.5%)

6.0% Clima

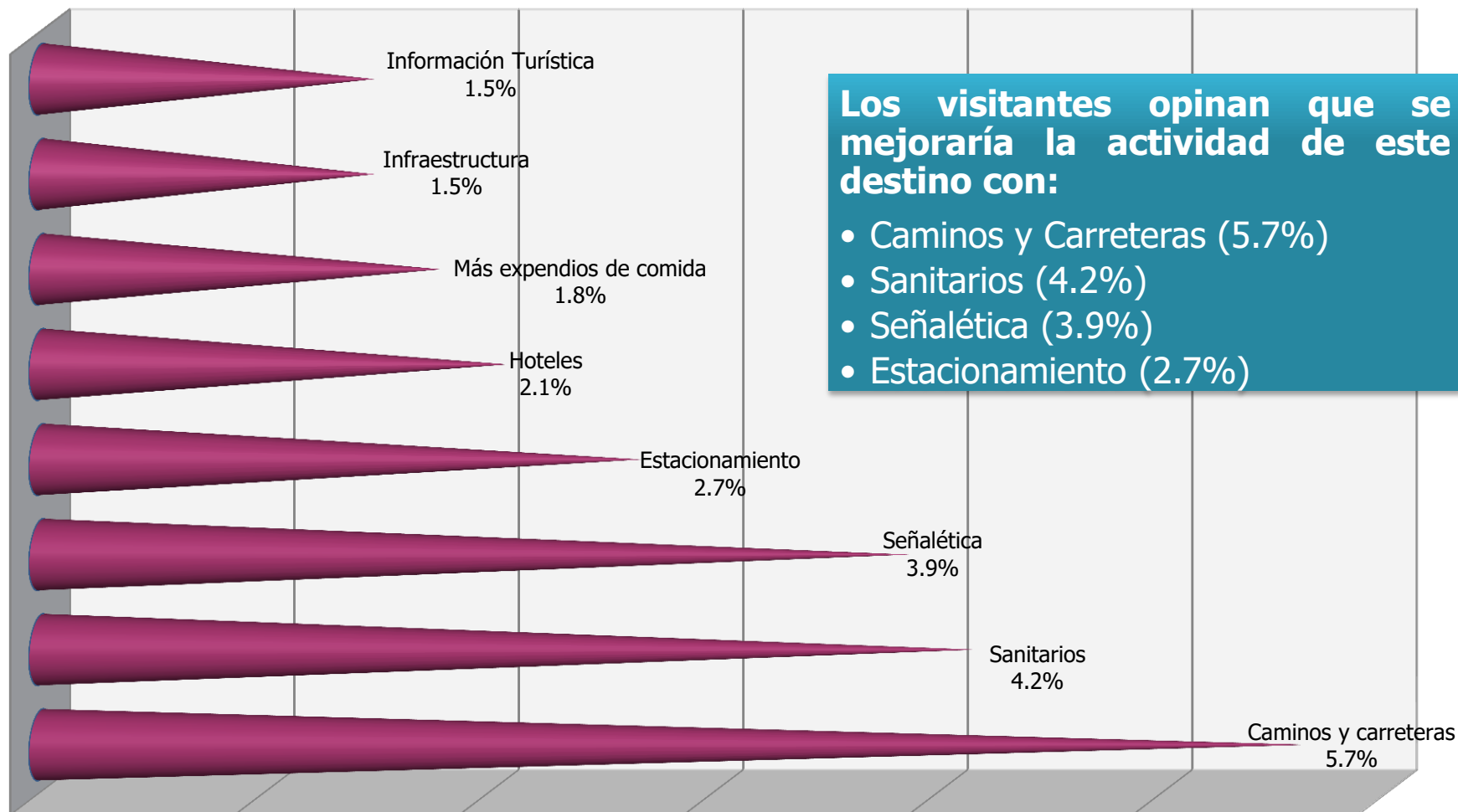
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Propuesta de Actividades que podrían desarrollarse



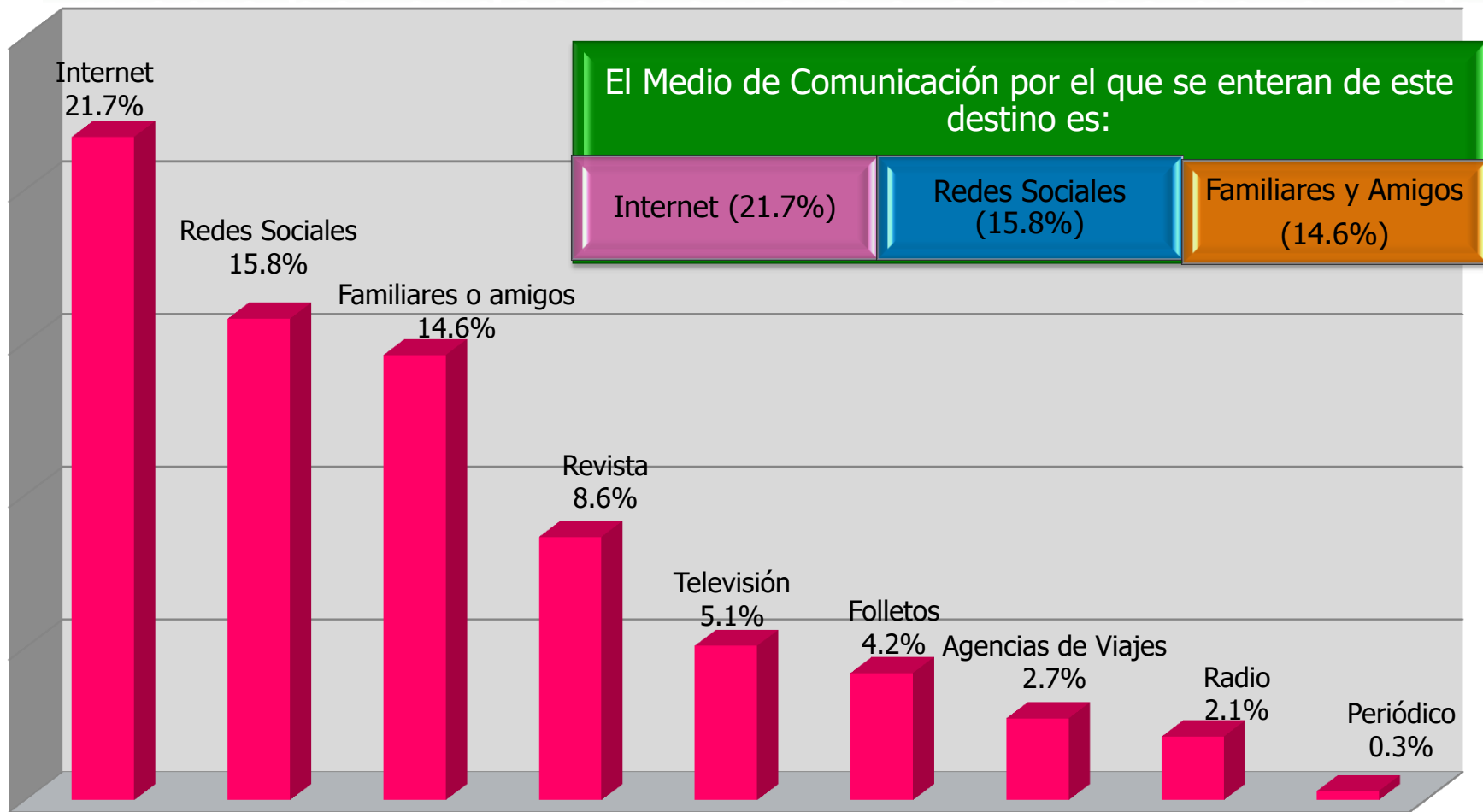
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Opinión para Mejorar Turísticamente la Región



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

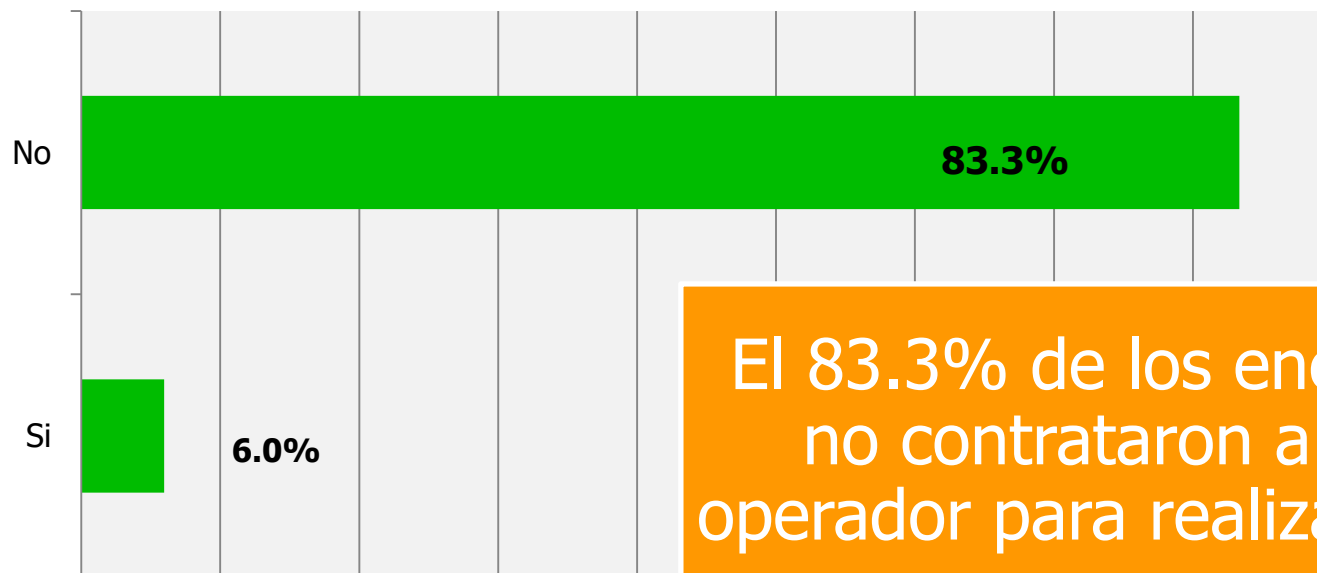
# Medio por el que se enteró o Conoce de la Región



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



# Contratación de algún Operador durante su Visita



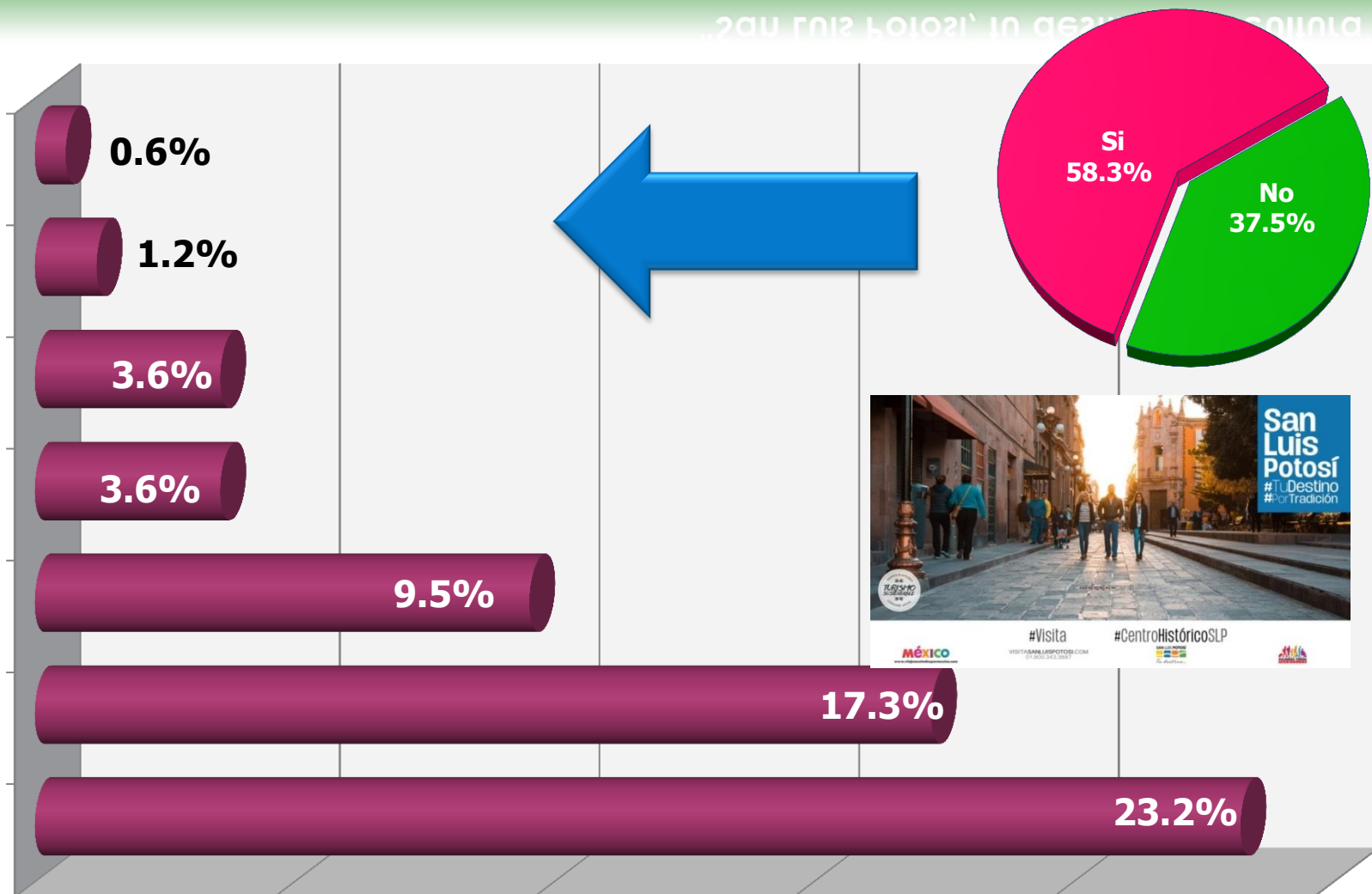
El 83.3% de los encuestados no contrataron a ningún operador para realizar su viaje.

El 6.0% contrató los servicios de la operadora MS Xpediciones.

**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Recordación de la Publicidad

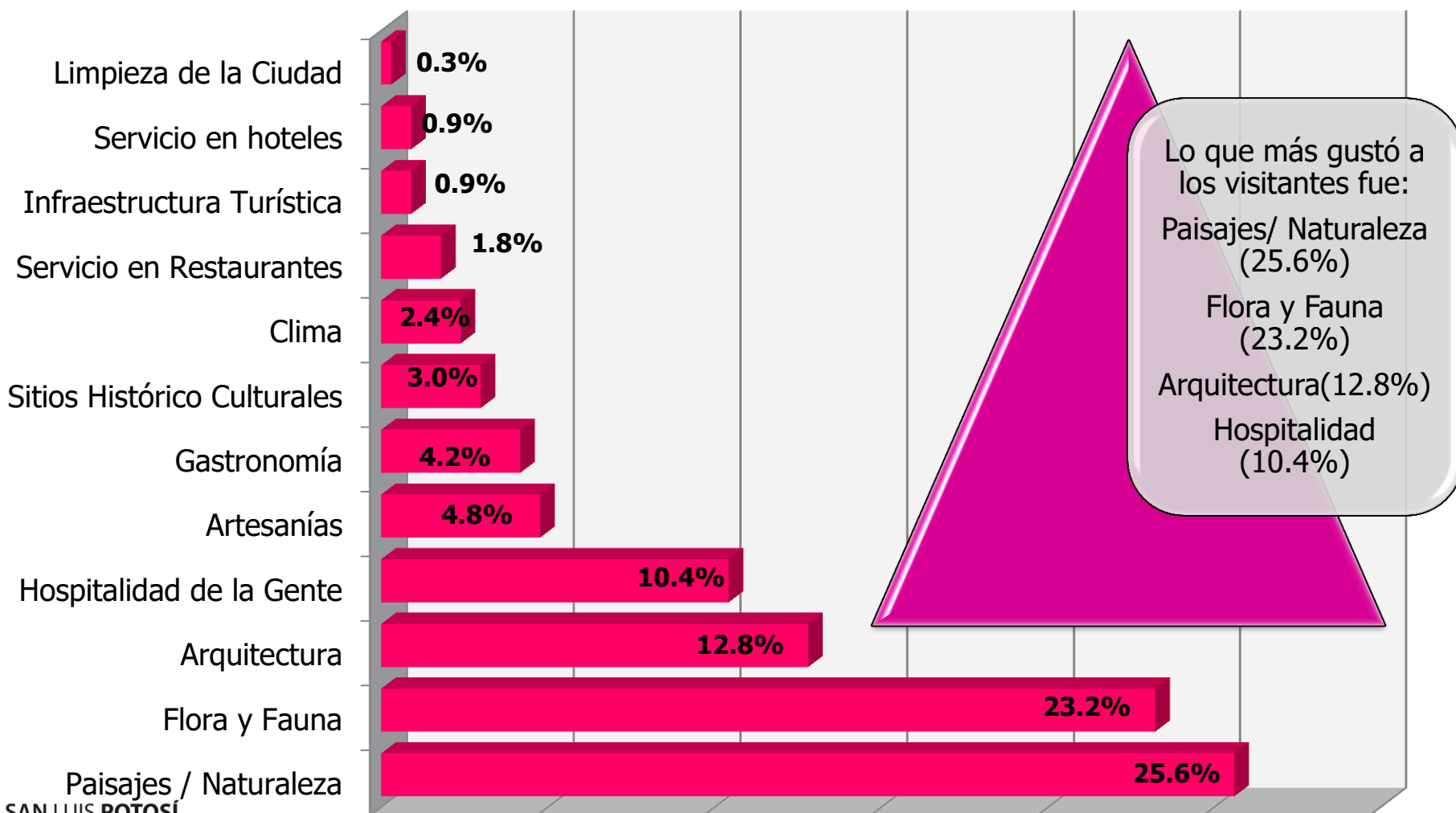
## "San Luis Potosí, tu destino por cultura"



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



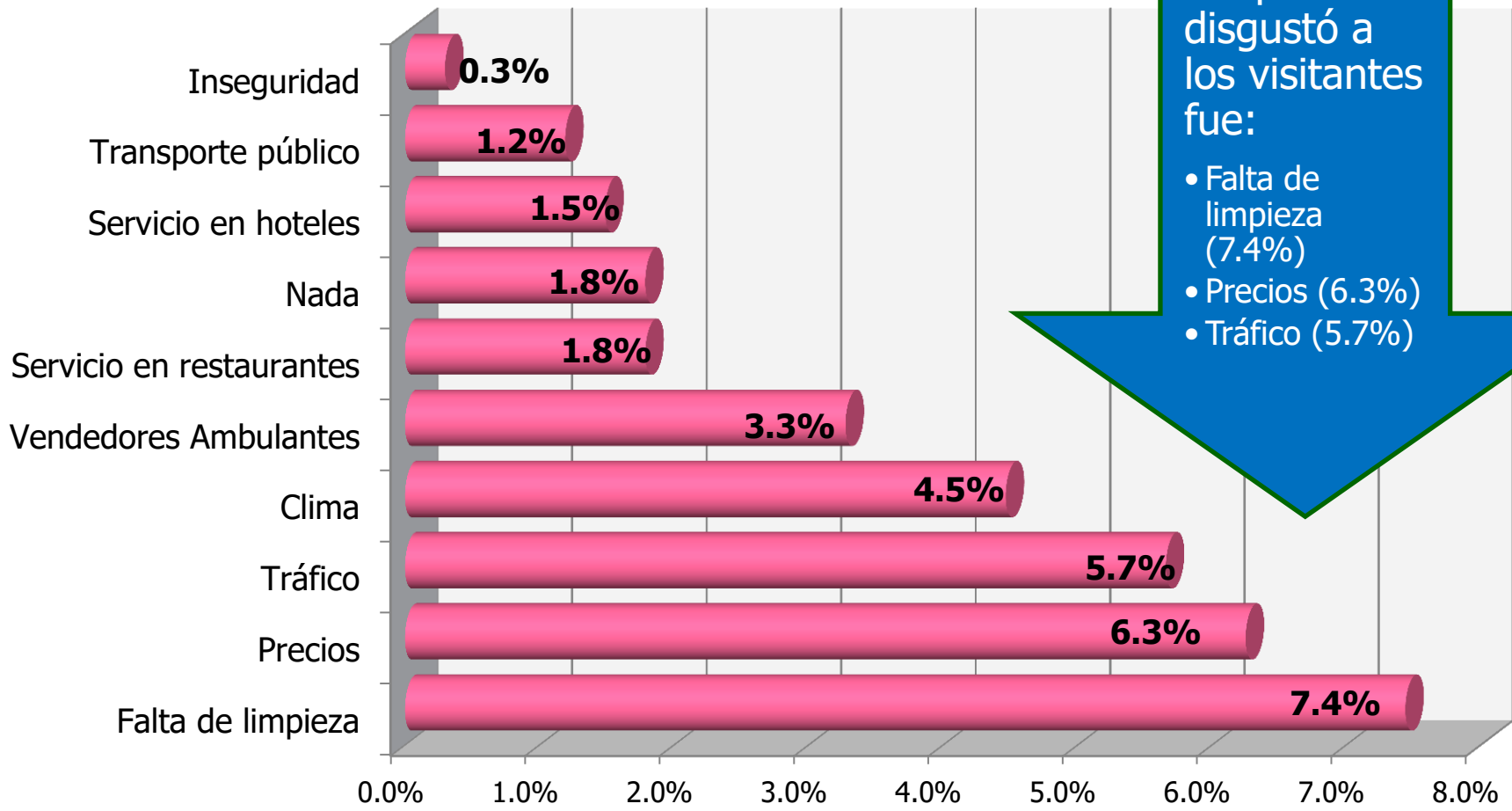
# Lo que más Gustó a los Visitantes durante su visita a la Región



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

Perfil del Visitante Pueblo Mágico de Xilitla – Invierno 2017

# Lo que más Disgustó a los Visitantes durante su visita a la Región



Lo que más disgustó a los visitantes fue:

- Falta de limpieza (7.4%)
- Precios (6.3%)
- Tráfico (5.7%)

Nota: La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Opinión para Impulsar Acciones de Mejora en la Región

El 75.0% de los encuestados opina que se debe impulsar acciones en el destino:

- Instalar Sanitarios (23.8%).
- Infraestructura Turística(21.4%).
- Promoción y Difusión (9.5%).

Instalar sanitarios  
23.8%

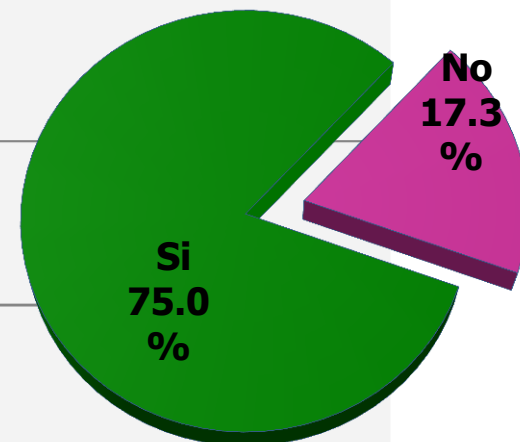
Infraestructura turística  
21.4%

Promoción y Difusión  
9.5%

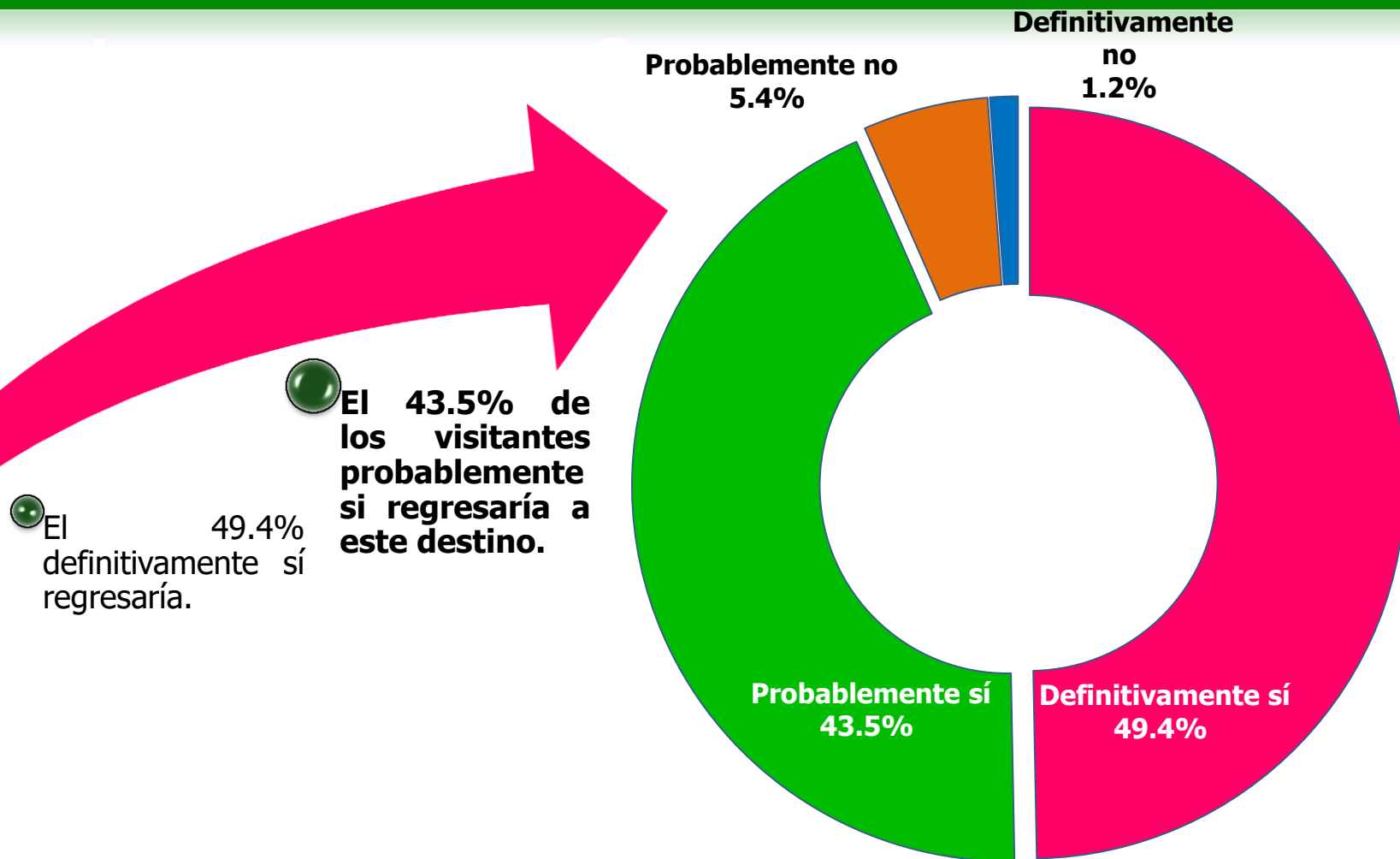
Señalética conductiva  
7.7%

Equipamiento turístico  
7.1%

Acceso a sitios turísticos  
6.0%



# Opinión de Regresar a este destino



# Opinión de Recomendar a este destino

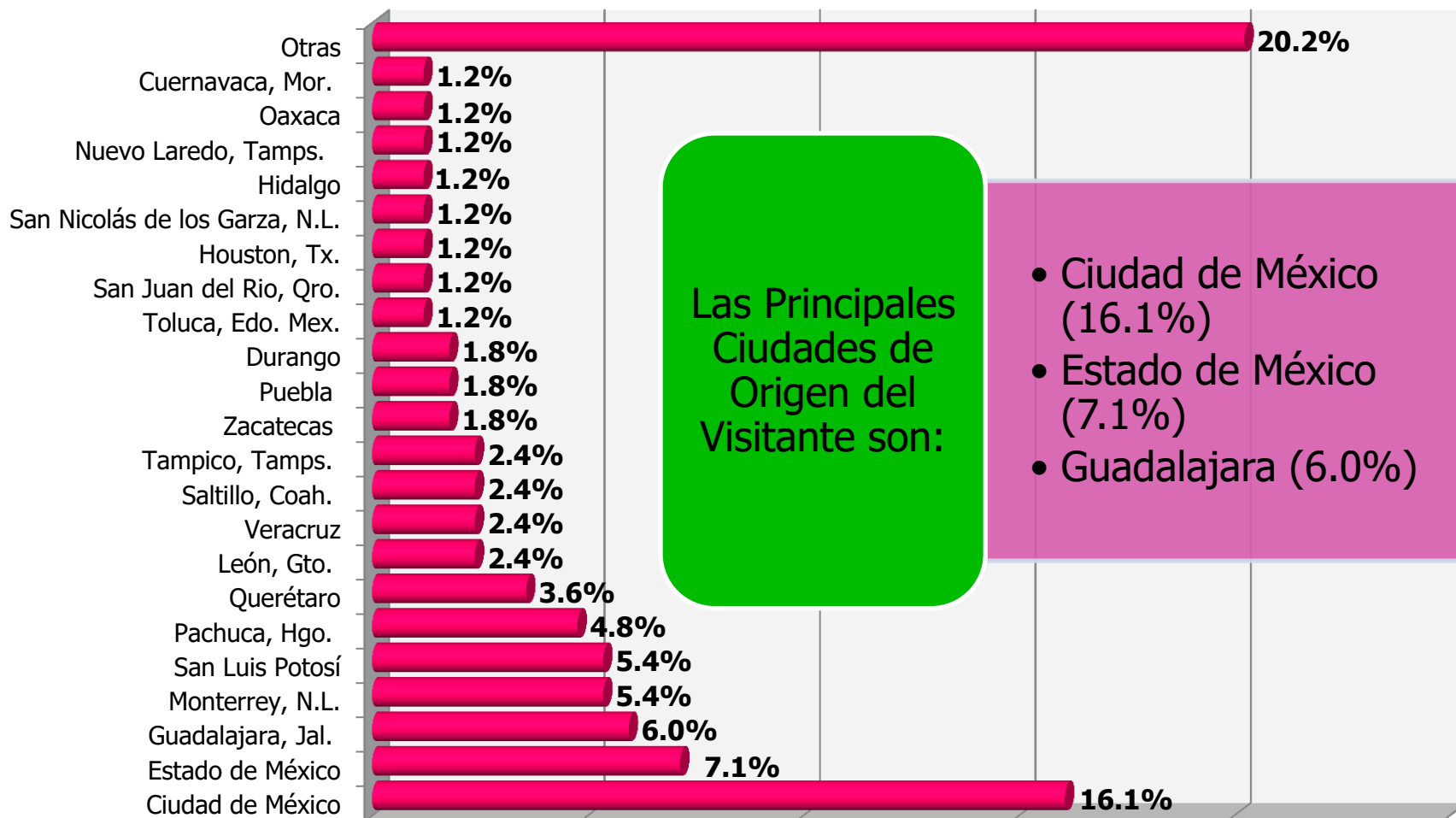
Definitivamente  
sí  
82.7%

Probablemente  
sí  
15.5%

El 82.7% de los  
visitantes  
definitivamente  
sí recomendaría  
el destino.

El 15.5%  
probablemente sí  
recomendaría el  
destino.

# Principales Ciudades de Origen del Visitante



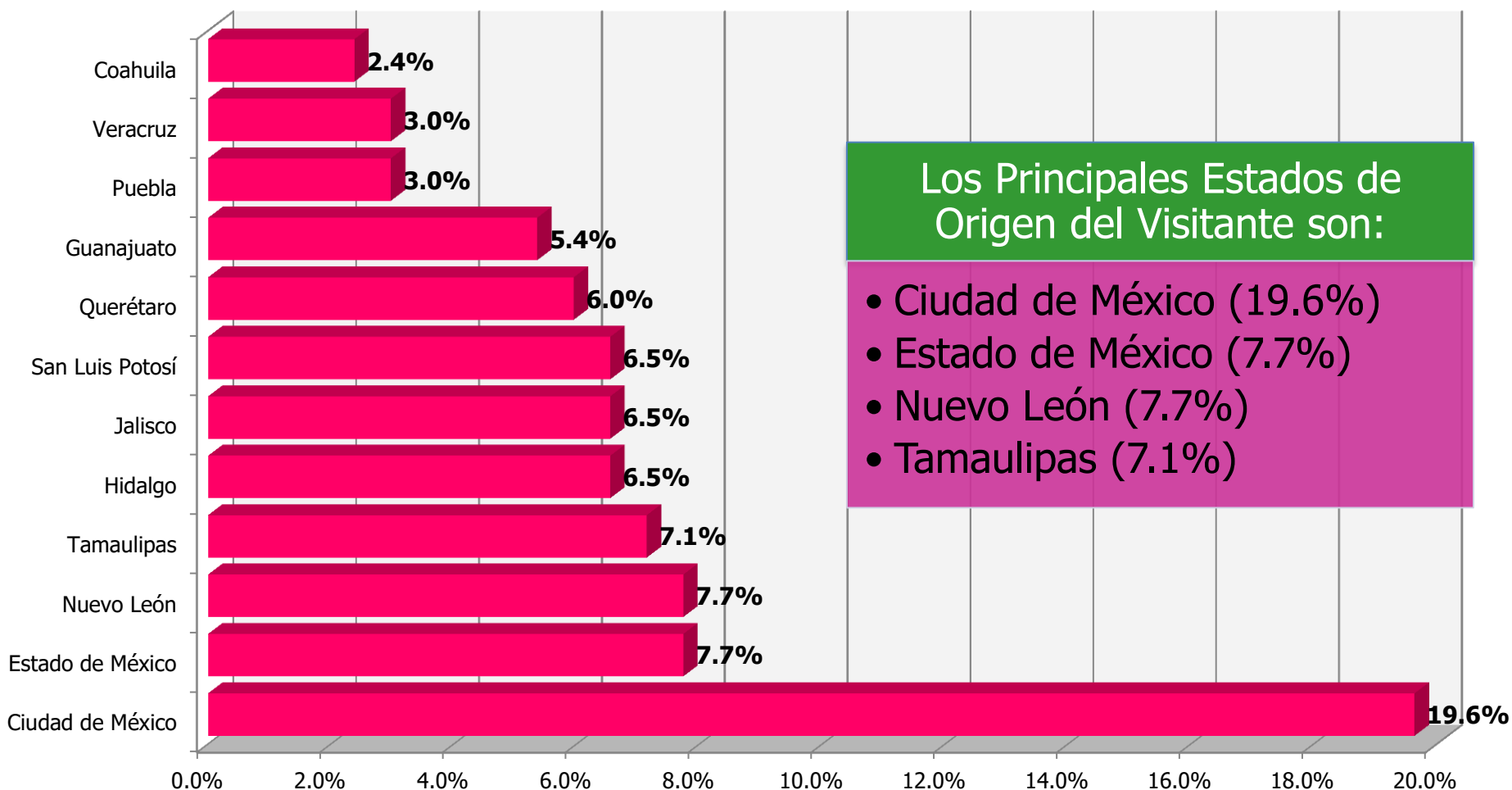
Las Principales Ciudades de Origen del Visitante son:

- Ciudad de México (16.1%)
- Estado de México (7.1%)
- Guadalajara (6.0%)

**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.



# Principales Estados de Origen del Visitante

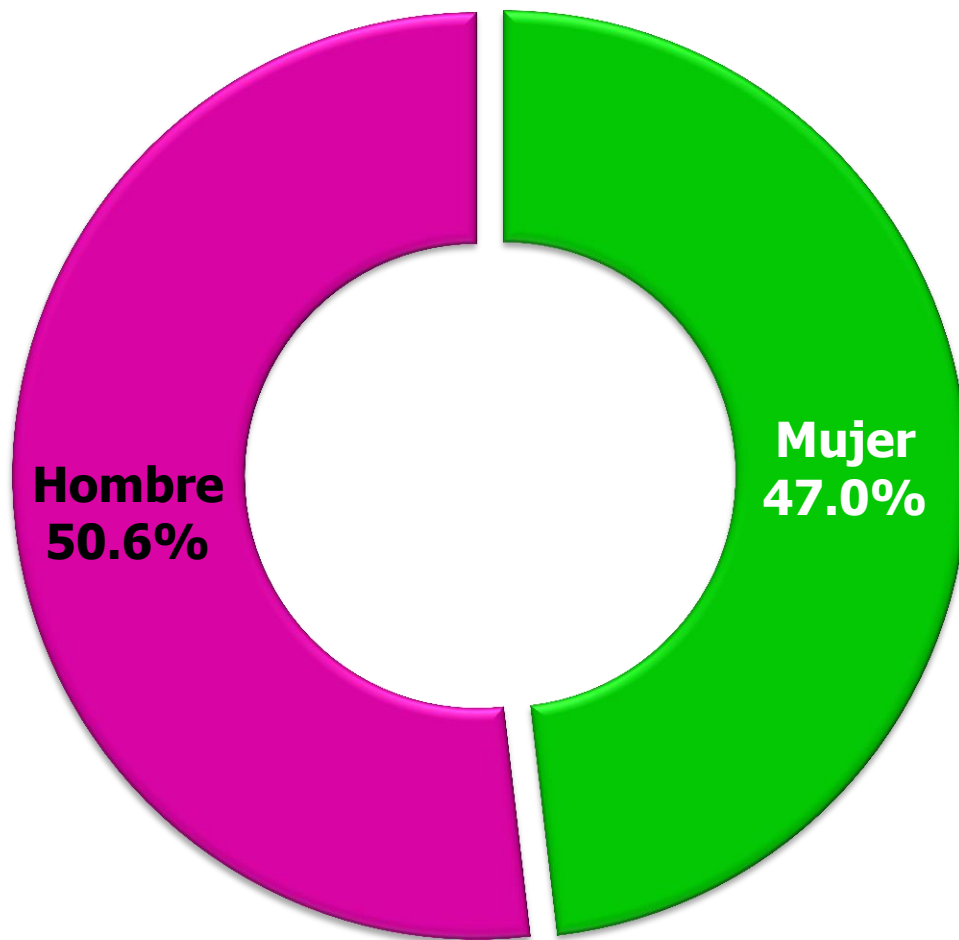


Los Principales Estados de Origen del Visitante son:

- Ciudad de México (19.6%)
- Estado de México (7.7%)
- Nuevo León (7.7%)
- Tamaulipas (7.1%)

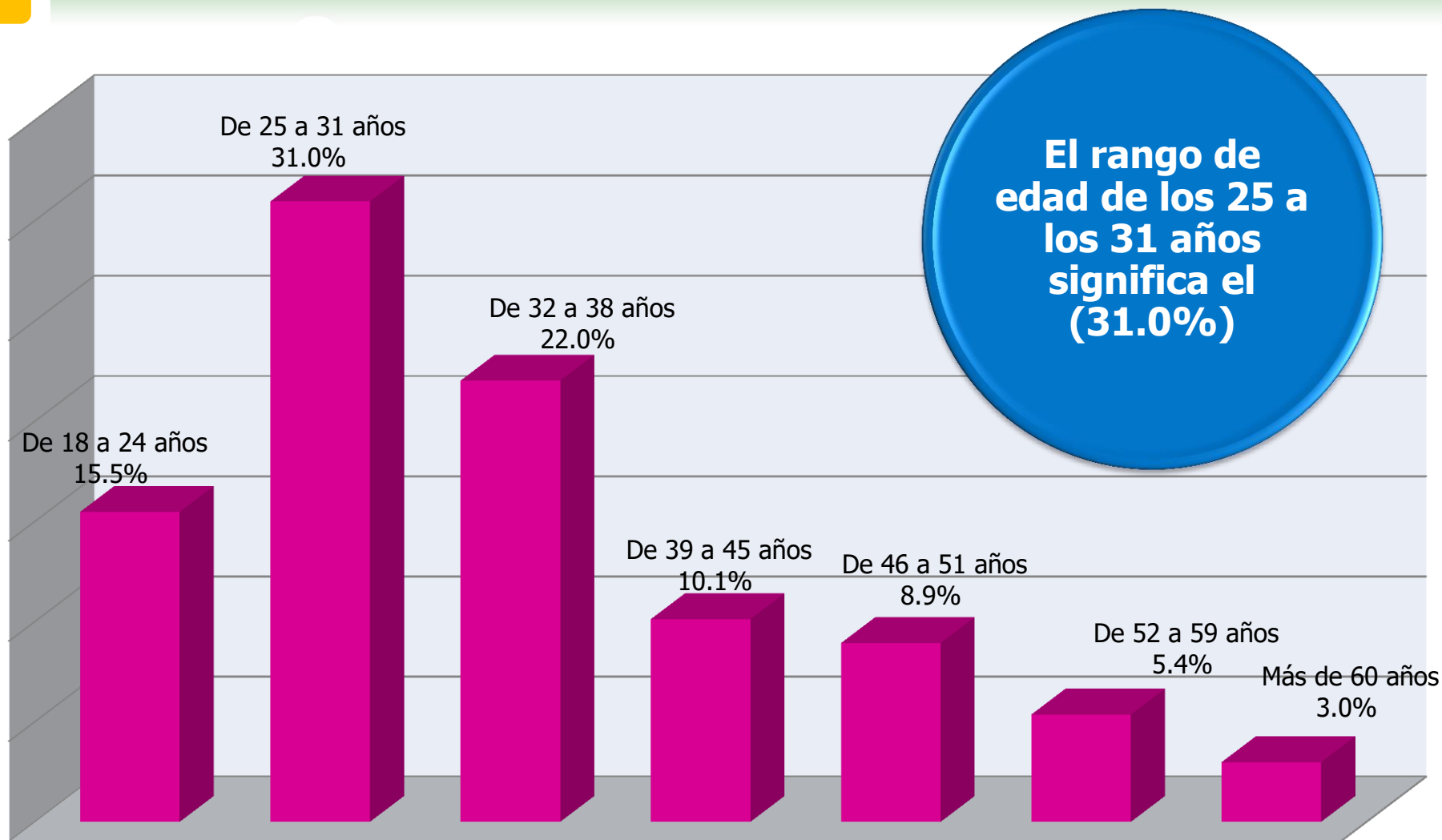
**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Sexo del Visitante a la Región



**Nota:** La diferencia para el 100% corresponde al No Contesto.

# Rango de Edad de los Visitantes

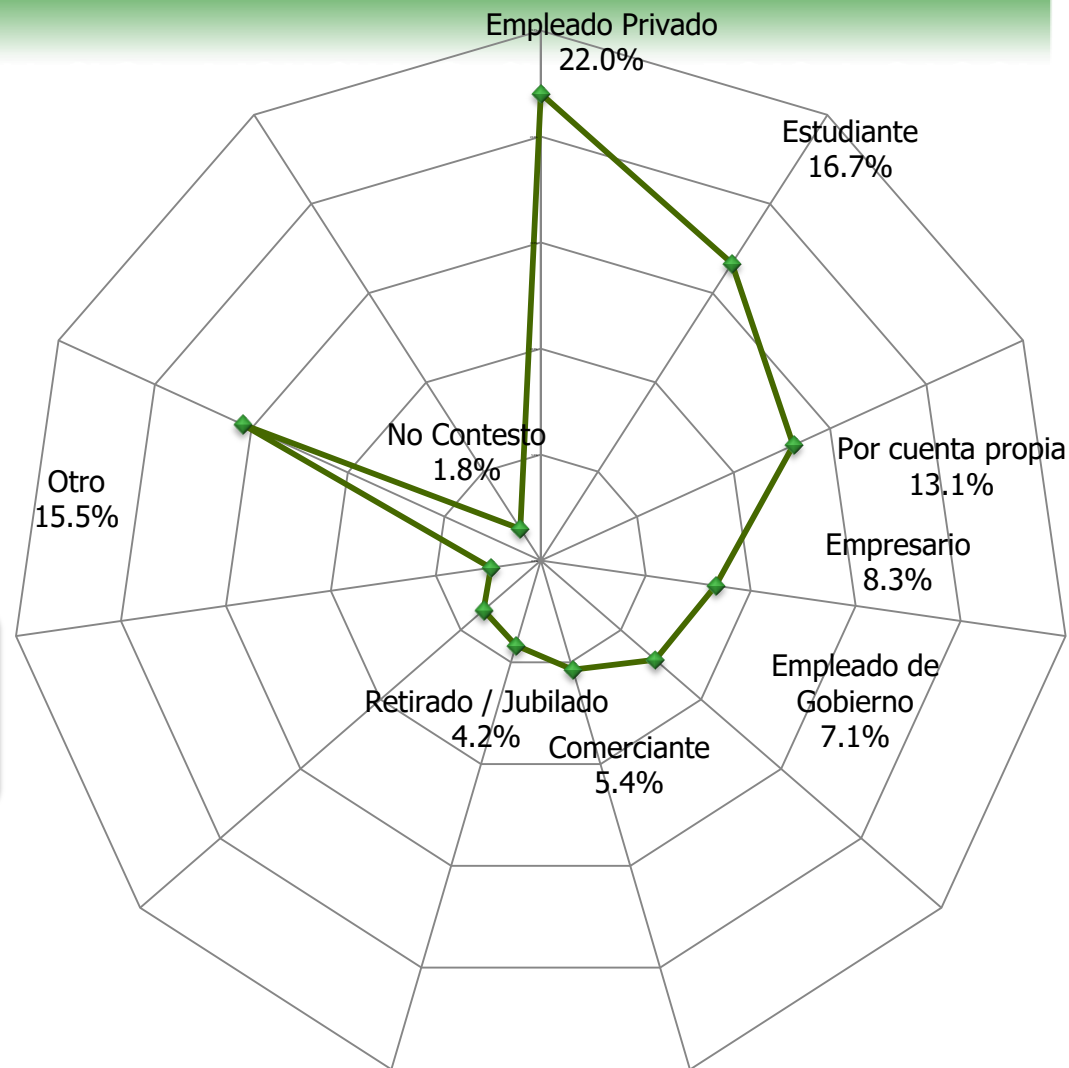


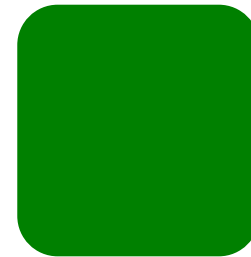
# Ocupación del Visitante a San Luis Potosí

Una importante parte de los visitantes son empleados privados (22.0%)

Otro segmento importante (16.7%) son estudiantes y trabajan por cuenta propia (13.1%).

El 8.3% son empresarios





# Resultados con perspectiva de género Invierno 2017

# Resultados con Perspectiva de Género

## Frecuencia con que visita el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Primera vez	33.1%	37.3%	1.8%	<b>72.3%</b>
Una vez al año	9.6%	7.2%	0.0%	<b>16.9%</b>
Dos veces al año	1.2%	4.2%	0.6%	<b>6.0%</b>
Tres o más veces al año	1.8%	1.8%	0.0%	<b>3.6%</b>
No contesto	1.2%	0.0%	0.0%	<b>1.2%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Noches que permanecerá en la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ninguna	5.4%	3.6%	0.0%	<b>9.0%</b>
Una noche	4.8%	10.8%	0.0%	<b>15.7%</b>
Dos noches	6.6%	9.6%	1.2%	<b>17.5%</b>
Tres noches	18.1%	15.7%	0.6%	<b>34.3%</b>
Cuatro noches	4.2%	6.6%	0.0%	<b>10.8%</b>
Cinco noches	6.0%	2.4%	0.0%	<b>8.4%</b>
Seis noches	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Siete noches	0.6%	1.2%	0.0%	<b>1.8%</b>
No contesto	0.6%	0.0%	0.6%	<b>1.2%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lugar donde se esta hospedando

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel	37.3%	38.0%	1.2%	<b>76.5%</b>
Familia / Amigos	6.0%	4.2%	0.0%	<b>10.2%</b>
Acampará	3.0%	4.8%	0.6%	<b>8.4%</b>
No contesto	0.6%	3.6%	0.6%	<b>4.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre Hotel donde Hospeda

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Hotel Misión Ciudad Valles, Ciudad Valles	1.8%	1.2%	0.0%	<b>3.0%</b>
Hotel Valles, Ciudad Valles	1.8%	0.6%	0.0%	<b>2.4%</b>
Sierra Huasteca Inn, Ciudad Valles	0.6%	1.2%	0.0%	<b>1.8%</b>
Hotel Guzmán, Xilitla	3.0%	1.8%	0.0%	<b>4.8%</b>
Hotel Dolores, Xilitla	1.8%	1.8%	0.0%	<b>3.6%</b>
Hotel Aldea Salto del Meco, El Naranjo	0.6%	0.0%	0.0%	<b>0.6%</b>
Hostal de Café, Xilitla	1.2%	0.6%	0.0%	<b>1.8%</b>
Hotel Del Valle, El Naranjo	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Hotel Ziyaquetzas, Xilitla	1.2%	1.2%	0.0%	<b>2.4%</b>
Hotel Quinta Mar, Ciudad Valles	1.8%	0.0%	0.0%	<b>1.8%</b>
Hotel Spa Taninul, Ciudad Valles	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Rancho Paraíso, Ciudad Valles	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Hotel Vista Verde, Axtla de Terrazas	1.2%	0.6%	0.0%	<b>1.8%</b>
Hotel Vergel Huasteco, Tancanhuitz	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Hotel María Magnolia, Xilitla	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Hotel Paraíso Huasteco, Tamazunchale	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Hotel y Suites Puerta del Cielo, Xilitla	1.2%	0.0%	0.0%	<b>1.2%</b>
Hotel Moreno, Ciudad Valles	0.6%	0.0%	0.0%	<b>0.6%</b>
Hotel Rex, Ciudad Valles	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Hotel Axtla, Axtla de Terrazas	1.2%	0.0%	0.0%	<b>1.2%</b>
Hotel Casa María, Xilitla	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Hotel Campo Real, Ebano	0.6%	0.0%	0.0%	<b>0.6%</b>
Hotel Aurora, Xilitla	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Hotel Camino Surreal, Xilitla	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Hotel-Hostal El Detalle, Ciudad Valles	0.6%	0.0%	0.0%	<b>0.6%</b>
Campo Real Plus, Tamasopo	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Posada La Casa del Ingenio, Xilitla	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
No contesto	24.7%	34.9%	2.4%	<b>62.0%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Forma de Viaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Solo	0.6%	1.8%	0.0%	2.4%
Pareja	11.4%	13.9%	1.2%	26.5%
Familia	17.5%	23.5%	1.2%	42.2%
Amistades	9.6%	4.8%	0.0%	14.5%
Agrupación	6.6%	6.0%	0.0%	12.7%
No contesto	1.2%	0.6%	0.0%	1.8%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Número de Acompañantes

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Dos	14.5%	15.1%	1.2%	30.7%
Cuatro	4.8%	9.6%	0.0%	14.5%
Tres	2.4%	7.8%	0.6%	10.8%
Cinco	6.0%	4.8%	0.0%	10.8%
Más de Veinticinco	5.4%	3.6%	0.0%	9.0%
Seis	3.6%	1.8%	0.0%	5.4%
Uno	1.8%	3.0%	0.0%	4.8%
Siete	1.2%	1.2%	0.6%	3.0%
Ocho	1.2%	0.6%	0.0%	1.8%
Trece	0.6%	1.2%	0.0%	1.8%
Doce	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%
Diez	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Catorce	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Dieciocho	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Veinte	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
No contesto	1.8%	1.8%	0.0%	3.6%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio de Transporte Utilizado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Automóvil	31.9%	33.7%	1.8%	67.5%
Autobús de línea	7.8%	10.8%	0.6%	19.3%
Autobús rentado	6.6%	4.8%	0.0%	11.4%
No contestó	0.6%	1.2%	0.0%	1.8%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Gasto Promedio en Hospedaje

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
300 a 400 pesos	11.4%	13.9%	0.6%	<b>25.9%</b>
401 a 550 pesos	8.4%	7.8%	0.0%	<b>16.3%</b>
551 a 700 pesos	6.0%	6.6%	0.0%	<b>12.7%</b>
701 a 850 pesos	3.6%	4.8%	0.0%	<b>8.4%</b>
851 a 999 pesos	0.6%	0.6%	0.6%	<b>1.8%</b>
Más de 1,000 pesos	6.0%	6.6%	0.0%	<b>12.7%</b>
No contesto	10.8%	10.2%	1.2%	<b>22.3%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Compras

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	15.7%	19.3%	0.0%	<b>34.9%</b>
De 201 a 250 pesos	10.8%	10.2%	1.2%	<b>22.3%</b>
De 251 a 300 pesos	5.4%	6.6%	0.6%	<b>12.7%</b>
De 301 a 400 pesos	2.4%	2.4%	0.0%	<b>4.8%</b>
De 401 a 500 pesos	3.0%	1.2%	0.0%	<b>4.2%</b>
Más de 500 pesos	3.6%	3.6%	0.0%	<b>7.2%</b>
No contesto	6.0%	7.2%	0.6%	<b>13.9%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Alimentos y Bebidas

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	6.0%	4.2%	1.2%	<b>11.4%</b>
De 201 a 250 pesos	18.1%	19.3%	0.0%	<b>37.3%</b>
De 251 a 300 pesos	7.8%	11.4%	0.6%	<b>19.9%</b>
De 301 a 400 pesos	3.6%	3.6%	0.0%	<b>7.2%</b>
De 401 a 500 pesos	3.0%	3.0%	0.0%	<b>6.0%</b>
Más de 500 pesos	2.4%	1.2%	0.0%	<b>3.6%</b>
No contesto	6.0%	7.8%	0.6%	<b>14.5%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Souvenirs

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	9.6%	13.3%	0.0%	<b>22.9%</b>
De 201 a 250 pesos	9.6%	6.6%	0.0%	<b>16.3%</b>
De 251 a 300 pesos	0.6%	3.0%	0.6%	<b>4.2%</b>
De 301 a 400 pesos	2.4%	0.6%	0.0%	<b>3.0%</b>
De 401 a 500 pesos	1.8%	0.6%	0.0%	<b>2.4%</b>
Más de 500 pesos	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
No contesto	22.3%	25.9%	1.8%	<b>50.0%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Transportación Local

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	6.0%	5.4%	0.0%	<b>11.4%</b>
De 201 a 250 pesos	0.6%	3.6%	0.0%	<b>4.2%</b>
De 251 a 300 pesos	1.2%	1.2%	0.6%	<b>3.0%</b>
De 401 a 500 pesos	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Más de 500 pesos	0.6%	1.2%	0.0%	<b>1.8%</b>
No contesto	38.6%	38.6%	1.8%	<b>78.9%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Gasto Promedio en Gasolina

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 100 a 200 pesos	1.2%	0.6%	0.0%	<b>1.8%</b>
De 201 a 250 pesos	1.8%	5.4%	0.6%	<b>7.8%</b>
De 251 a 300 pesos	9.6%	9.0%	0.0%	<b>18.7%</b>
De 301 a 400 pesos	6.6%	5.4%	0.0%	<b>12.0%</b>
De 401 a 500 pesos	1.2%	3.0%	0.0%	<b>4.2%</b>
Más de 500 pesos	5.4%	5.4%	0.6%	<b>11.4%</b>
No contesto	21.1%	21.7%	1.2%	<b>44.0%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Razón Principal de Viaje a la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vacaciones	13.7%	13.5%	0.4%	<b>27.5%</b>
Turismo de Aventura	3.6%	7.2%	0.0%	<b>10.8%</b>
Naturaleza	4.8%	3.4%	0.2%	<b>8.4%</b>
Ecoturismo	3.4%	1.8%	0.0%	<b>5.2%</b>
Cultural	2.0%	2.0%	0.6%	<b>4.6%</b>
Visita a familiares	1.8%	1.6%	0.0%	<b>3.4%</b>
Compra artesanías	0.2%	0.8%	0.2%	<b>1.2%</b>
Gastronómico	0.6%	0.2%	0.0%	<b>0.8%</b>
Salud	0.0%	0.2%	0.0%	<b>0.2%</b>
No Contesto	16.9%	19.9%	1.0%	<b>37.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Con que sitios compararía la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Chiapas	2.7%	3.3%	0.0%	<b>6.0%</b>
Tolantongo, Hgo.	0.6%	0.0%	0.0%	<b>0.6%</b>
Oaxaca	1.5%	1.5%	0.0%	<b>3.0%</b>
Veracruz	2.7%	2.4%	0.0%	<b>5.1%</b>
Hidalgo	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Mexiquillo, Dgo.	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Puebla	0.0%	0.9%	0.0%	<b>0.9%</b>
Valle de Bravo, CDMX	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Biosfera del Cielo, Tamps.	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.6%</b>
Tamaulipas	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Queretaro	0.9%	1.8%	0.0%	<b>2.7%</b>
Yucatán	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Tampico, Tamps.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Real de Catorce, S.L.P.	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Nayarit	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Puerto Vallarta, Jal.	0.6%	0.3%	0.0%	<b>0.9%</b>
Michoacán	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Tepoztlán, CDMX	0.6%	0.3%	0.0%	<b>0.9%</b>
Cuetzalan, Pue.	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Mineral del Chico, Hgo.	0.6%	0.0%	0.0%	<b>0.6%</b>
Jalisco	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Colima	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Morelos	0.0%	0.0%	0.3%	<b>0.3%</b>
No Contesto	33.1%	38.0%	2.1%	<b>73.2%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

Perfil del Visitante Pueblo Mágico de Xilitla – Invierno 2017

# Resultados con Perspectiva de Género

## Razones de Comparación con la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Vegetación	2.7%	3.9%	0.0%	6.6%
Clima	3.6%	2.4%	0.0%	6.0%
Naturaleza	2.4%	1.5%	0.3%	4.2%
Paisaje	2.1%	1.8%	0.0%	3.9%
Ríos	0.3%	1.2%	0.0%	1.5%
Cascadas	0.9%	0.3%	0.0%	1.2%
Ecosistema	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Tradiciones y costumbres	0.3%	0.6%	0.0%	0.9%
Pueblo Pequeño	0.3%	0.3%	0.0%	0.6%
Artesanías	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
Las Pozas	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%
No contesto	33.1%	38.0%	2.1%	73.2%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Actividades que podrían desarrollarse

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Caminata	1.2%	4.2%	0.0%	5.4%
Tirolesa	5.4%	4.2%	0.0%	9.6%
Ecoturismo	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%
Ciclismo	4.8%	1.8%	0.0%	6.6%
Gotcha	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Paseo de cuatrimoto	0.0%	1.2%	0.0%	1.2%
Paseo de Caballo	1.2%	3.6%	0.0%	4.8%
Turibus	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Excursiones	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Kayak	0.6%	1.2%	0.0%	1.8%
Rappel	1.8%	2.4%	0.0%	4.2%
Deportes Extremos / Aventura	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Eventos Culturales	3.6%	1.2%	0.0%	4.8%
Turismo rural	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Acampar	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%
Safari Fotográfico	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Paracaidismo	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Actividades para 3º Edad	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
No contesto	24.1%	26.5%	2.4%	53.0%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Opinión para Mejorar la Actividad Turística

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Expendios de Comida	0.6%	1.2%	0.0%	<b>1.8%</b>
Organización	0.0%	0.9%	0.0%	<b>0.9%</b>
Tirolesa	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
Estacionamientos	0.9%	1.8%	0.0%	<b>2.7%</b>
Infraestructura	0.6%	0.6%	0.3%	<b>1.5%</b>
Señalética	1.5%	2.4%	0.0%	<b>3.9%</b>
Hoteles	1.5%	0.3%	0.0%	<b>1.8%</b>
Limpieza	0.3%	0.3%	0.0%	<b>0.6%</b>
Caminos y carreteras	3.3%	2.4%	0.0%	<b>5.7%</b>
Información Turística	0.6%	0.9%	0.0%	<b>1.5%</b>
Museos	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
Precios	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
Transportes	1.5%	0.3%	0.0%	<b>1.8%</b>
Mejor servicio de restaurantes	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Sanitarios	2.1%	2.1%	0.0%	<b>4.2%</b>
No contestó	33.1%	35.8%	2.1%	<b>71.1%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Medio por el que se enteró o conoce región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	11.1%	10.2%	0.3%	<b>21.7%</b>
Redes Sociales	8.7%	7.2%	0.0%	<b>16.0%</b>
Familiares o amigos	8.7%	6.0%	0.0%	<b>14.8%</b>
Revista	3.9%	4.5%	0.3%	<b>8.7%</b>
Televisión	0.9%	3.3%	0.9%	<b>5.1%</b>
Folletos	2.1%	2.1%	0.0%	<b>4.2%</b>
Agencias de Viajes	0.9%	1.5%	0.0%	<b>2.4%</b>
Radio	0.6%	1.2%	0.3%	<b>2.1%</b>
Periódico	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
No contesto	9.9%	14.2%	0.6%	<b>24.7%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Viajo a través de algún Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	2.4%	2.4%	0.6%	<b>5.4%</b>
No	41.6%	40.4%	1.8%	<b>83.7%</b>
No contesto	3.0%	7.8%	0.0%	<b>10.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Nombre del Agencia u Operador

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Ms Xpediciones	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
No contesto	47.0%	50.0%	2.4%	<b>99.4%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Recordación de Publicidad con Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Si	25.9%	30.1%	1.8%	<b>57.8%</b>
No	19.9%	17.5%	0.6%	<b>38.0%</b>
No contesto	1.2%	3.0%	0.0%	<b>4.2%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Lugar de Recordación de la Publicidad

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Internet	10.8%	12.0%	0.0%	<b>22.9%</b>
Revista	8.4%	7.2%	1.2%	<b>16.9%</b>
Televisión	3.0%	6.0%	0.6%	<b>9.6%</b>
Folletos	1.2%	2.4%	0.0%	<b>3.6%</b>
Espectaculares	1.8%	1.8%	0.0%	<b>3.6%</b>
Redes Sociales	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Novelas	0.6%	0.0%	0.0%	<b>0.6%</b>
No contesto	20.5%	20.5%	0.6%	<b>41.6%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Lo que más le gustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Paisajes / Naturaleza	12.3%	13.3%	0.0%	<b>25.6%</b>
Flora y Fauna	11.4%	11.1%	0.6%	<b>23.2%</b>
Arquitectura	6.3%	6.0%	0.3%	<b>12.7%</b>
Hospitalidad de la Gente	5.7%	4.2%	0.6%	<b>10.5%</b>
Artesanías	2.4%	1.8%	0.3%	<b>4.5%</b>
Gastronomía	2.1%	2.1%	0.0%	<b>4.2%</b>
Sitios Histórico Culturales	1.8%	1.2%	0.0%	<b>3.0%</b>
Clima	0.9%	1.5%	0.0%	<b>2.4%</b>
Servicio en Restaurantes	0.3%	1.5%	0.0%	<b>1.8%</b>
Infraestructura Turística	0.3%	0.6%	0.0%	<b>0.9%</b>
Servicio en hoteles	0.6%	0.3%	0.0%	<b>0.9%</b>
Limpieza de la Ciudad	0.0%	0.3%	0.0%	<b>0.3%</b>
No contesto	2.7%	6.6%	0.6%	<b>9.9%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Lo que más le disgustó de la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Falta de limpieza	5.1%	2.4%	0.0%	<b>7.5%</b>
Precios	2.7%	3.3%	0.3%	<b>6.3%</b>
Tráfico	2.1%	3.0%	0.0%	<b>5.1%</b>
Clima	2.1%	2.1%	0.3%	<b>4.5%</b>
Vendedores Ambulantes	1.2%	2.1%	0.0%	<b>3.3%</b>
Servicio en restaurantes	0.0%	1.8%	0.0%	<b>1.8%</b>
Nada	0.6%	1.2%	0.0%	<b>1.8%</b>
Servicio en hoteles	0.9%	0.6%	0.0%	<b>1.5%</b>
Transporte público	0.6%	0.6%	0.0%	<b>1.2%</b>
Inseguridad	0.3%	0.0%	0.0%	<b>0.3%</b>
No contesto	31.3%	33.4%	1.8%	<b>66.6%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Impulsar Acciones para renovar Imagen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Sí	34.9%	39.2%	1.2%	<b>75.3%</b>
No	9.6%	6.6%	1.2%	<b>17.5%</b>
No contesto	2.4%	4.8%	0.0%	<b>7.2%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Acciones para Impulsar la Región

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Instalar sanitarios	13.3%	10.2%	0.6%	<b>24.1%</b>
Infraestructura turística	8.4%	12.7%	0.0%	<b>21.1%</b>
Promoción y Difusión	6.0%	3.6%	0.0%	<b>9.6%</b>
Señalética conductiva	1.8%	5.4%	0.6%	<b>7.8%</b>
Equipamiento turístico	3.6%	3.6%	0.0%	<b>7.2%</b>
Acceso a sitios turísticos	1.8%	3.6%	0.0%	<b>5.4%</b>
No contesto	12.0%	11.4%	1.2%	<b>24.7%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Regresaría al Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	24.7%	23.5%	1.2%	<b>49.4%</b>
Probablemente sí	18.7%	23.5%	1.2%	<b>43.4%</b>
Probablemente no	2.4%	3.0%	0.0%	<b>5.4%</b>
Definitivamente no	1.2%	0.0%	0.0%	<b>1.2%</b>
No Contesto	0.0%	0.6%	0.0%	<b>0.6%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Recomendaría el Destino

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Definitivamente sí	39.8%	41.0%	1.8%	<b>82.5%</b>
Probablemente sí	6.6%	8.4%	0.6%	<b>15.7%</b>
No Contesto	0.6%	1.2%	0.0%	<b>1.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

# Resultados con Perspectiva de Género

## Ciudad de Origen

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Estado de México	3.0%	4.2%	0.0%	7.2%
Toluca, Edo. Mex.	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Celaya, Gto.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Tequila, Jal.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Guadalajara, Jal.	3.0%	3.0%	0.0%	6.0%
Acapulco, Gro.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Ciudad de México	8.4%	7.8%	0.0%	16.3%
Nayarit	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Monterrey, N.L.	2.4%	2.4%	0.6%	5.4%
San Luis Potosí	1.2%	4.2%	0.0%	5.4%
San Juan del Río, Qro.	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Morelia, Mich.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Querétaro	1.2%	1.2%	0.6%	3.0%
León, Gto.	1.2%	1.2%	0.0%	2.4%
Zacatecas	1.2%	0.6%	0.0%	1.8%
Matehuala, S.L.P.	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
Veracruz	0.6%	1.2%	0.0%	1.8%
Saltillo, Coah.	0.6%	1.8%	0.0%	2.4%
Puebla	1.2%	0.6%	0.0%	1.8%
Yucatán	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Reynosa, Tamps.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Colima	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Pachuca, Hgo.	1.8%	3.0%	0.0%	4.8%
Guanajuato	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Rioverde, S.L.P.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Tantoyuca, Ver.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Los Mochis, Sin.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Houston, Tx.	0.6%	0.0%	0.0%	1.2%
Montreal, Canadá	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Ecatepec de Morelos, Edo. Mex.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Arroyo Seco, Qro.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Zacatlán, Pue.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Montemorelos, N.L.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Cuatitlán Izcalli, Edo. Mex.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Quintana Roo	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Colorado, E.U.A.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Netzahualcóyotl, Edo. Mex.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
San Nicolás de los Garza, N.L.	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%
Alemania	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Hidalgo	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%
Nuevo Laredo, Tamps.	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Oaxaca	0.0%	1.2%	0.0%	1.2%
El Mante, Tamps.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Huejutla, Hgo.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Tampico, Tamps.	0.6%	1.2%	0.6%	2.4%
Oklahoma, E.U.A.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Aguascalientes	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Playa del Carmen, Q. Roo	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
San Miguel de Allende, Gto.	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Morelos	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Durango	1.2%	0.6%	0.0%	1.8%
Argentina	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Cuernavaca, Mor.	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Ciudad Victoria, Tamps.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Ciudad Madero, Tamps.	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Guerrero	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
No Contesto	1.8%	5.4%	0.0%	7.2%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Estado de Origen del Entrevistado

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Aguascalientes	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Coahuila	0.6%	1.8%	0.0%	2.4%
Colima	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Distrito Federal	9.6%	10.2%	0.0%	19.9%
Durango	1.2%	0.6%	0.0%	1.8%
Guanajuato	2.4%	3.0%	0.0%	5.4%
Guerrero	0.6%	0.6%	0.0%	1.2%
Hidalgo	3.6%	3.0%	0.0%	6.6%
Jalisco	3.6%	3.0%	0.0%	6.6%
Estado de México	4.2%	3.6%	0.0%	7.8%
Michoacán	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Morelos	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%
Nayarit	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
Nuevo León	4.8%	2.4%	0.6%	7.8%
Oaxaca	0.0%	1.2%	0.0%	1.2%
Puebla	1.8%	1.2%	0.0%	3.0%
Querétaro	1.8%	3.0%	0.6%	5.4%
Quintana Roo	1.2%	0.0%	0.0%	1.2%
San Luis Potosí	1.2%	4.8%	0.6%	6.6%
Sinaloa	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Tamaulipas	1.8%	4.8%	0.6%	7.2%
Tlaxcala	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Veracruz	1.2%	1.2%	0.0%	2.4%
Yucatán	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%
Zacatecas	1.2%	1.2%	0.0%	2.4%
Estados Unidos	1.2%	1.2%	0.0%	2.4%
No contesto	2.4%	1.2%	0.0%	3.6%
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>



# Resultados con Perspectiva de Género

## Sexo

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Mujer	47.0%	0.0%	0.0%	<b>47.0%</b>
Hombre	0.0%	50.6%	0.0%	<b>50.6%</b>
No contesto	0.0%	0.0%	2.4%	<b>2.4%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Edad Promedio de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
De 18 a 24 años	9.6%	5.4%	0.6%	<b>15.7%</b>
De 25 a 31 años	15.7%	15.7%	0.0%	<b>31.3%</b>
De 32 a 38 años	10.2%	12.0%	0.0%	<b>22.3%</b>
De 39 a 45 años	4.2%	4.2%	0.6%	<b>9.0%</b>
De 46 a 51 años	1.8%	6.6%	0.6%	<b>9.0%</b>
De 52 a 59 años	1.8%	3.6%	0.0%	<b>5.4%</b>
Más de 60 años	1.8%	1.2%	0.0%	<b>3.0%</b>
No Contesto	1.8%	1.8%	0.6%	<b>4.2%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>

## Ocupación de los Entrevistados

Concepto	Mujer	Hombre	No Contesto	Total
Empleado Privado	8.4%	12.7%	0.0%	<b>21.1%</b>
Empleado de Gobierno	3.0%	4.2%	0.0%	<b>7.2%</b>
Por cuenta propia	6.0%	6.6%	0.6%	<b>13.3%</b>
Labores del Hogar	2.4%	0.0%	0.0%	<b>2.4%</b>
Un oficio (plomero, carpintero, etc.)	0.6%	3.0%	0.0%	<b>3.6%</b>
Retirado / Jubilado	1.2%	3.0%	0.0%	<b>4.2%</b>
Estudiante	10.8%	6.0%	0.0%	<b>16.9%</b>
Desempleado	0.0%	0.0%	0.0%	<b>0.0%</b>
Empresario	4.2%	4.2%	0.0%	<b>8.4%</b>
Comerciante	1.8%	3.0%	0.6%	<b>5.4%</b>
Otro	8.4%	7.2%	0.0%	<b>15.7%</b>
No Contesto	0.0%	0.6%	1.2%	<b>1.8%</b>
<b>Total</b>	<b>47.0%</b>	<b>50.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>100.0%</b>



# Perfil del Visitante Pueblo Mágico Xilitla Invierno 2017